

Inhalt

Einleitung	9
Teil 1: Die Herausforderung – der komplexe Verkauf	13
Kapitel 1: Außer Kontrolle	15
Kapitel 2: Was macht das komplexe Verkaufen von heute so komplex?	27
Kapitel 3: Der Abgrund und die Feuerprobe – Konkurrenzanalysen	35
Kapitel 4: Talent und Team Selling: Erzähler, Verkäufer, Jäger, Bauern, Geschäftsentwickler, Partner und der branchenvernetzte Berater	41
Kapitel 5: Das Arsenal des Wettbewerbsvorteils	67
Teil 2: Die Lösung – R.A.D.A.R.®	77
Kapitel 6: R.A.D.A.R.® – die Vereinfachung komplexer Verkaufsvorgänge. . . .	79
Kapitel 7: Schlüssel 1 – Lösung mit <i>Problem</i> (oder <i>Nutzen</i>) verknüpfen.	83
Kapitel 8: Schlüssel 2 – den <i>Interessenten</i> qualifizieren.	103
Kapitel 9: Schlüssel 3 – der Konkurrenz <i>vorgezogen</i> werden	113
Kapitel 10: Schlüssel 4 – den Entscheidungsprozess bestimmen	125
Kapitel 11: Schlüssel 5 – an die <i>Mächtigen</i> verkaufen.	139
Kapitel 12: Schlüssel 6 – den strategischen <i>Plan</i> kommunizieren	155

Teil 3: Strategien zur Umsetzung.	171
Kapitel 13: 16 Verkaufsstrategien auf Gelegenheitsebene.	173
Kapitel 14: Problemverlagerung und zeitorientierte Verkaufstaktik	191
Kapitel 15: Zehn Strategien auf individueller Ebene.	201
Kapitel 16: Verkaufen auf der C-Ebene – Geschäftsführung und politische Navigation	207
 Teil 4: Schon vor der Schlacht gewinnen – Kundenmanagement . .	221
Kapitel 17	
Vom Chancenmanagement zum Kundenmanagement	223
The Complex Sale Inc..	235
 Danksagung.	237
Über den Autor.	239
Bibliografie	241
Quellenverzeichnis	245
Stichwortverzeichnis	247