

<b>Sie wollen gar nicht verkaufen?</b>	1
1.1 Ist der Ruf erst ruiniert: Warum will niemand Verkäufer sein?	3
1.2 Riesiges Potenzial: Frauen im technischen Vertrieb	5
1.3 Es geht einzig und allein um den Verkaufsabschluss	6
 <b>Das unbekannte Wesen oder: Der perfekte Verkäufer</b>	 9
2.1 Als Betreuer lieben wir Sie	10
2.2 Fahren Sie 'ne Woche mit	13
2.3 Kaminkarrieren und Klavierspieler	15
2.4 Empathie und Ego-Drive	17
2.5 Was der Ego-Drive bewirkt	20
2.6 Nutzen Sie das dreifache Potenzial	24
Literatur	26
 <b>Der erfolgreiche Start: Die Akquisephase</b>	 27
3.1 Keine Angst vor dem „Nein, danke“	28
3.2 Sie „dürfen“ Kaltakquise machen	31

<b>4</b>	<b>Perfekte Vorbereitung: Die Be-Ready-Phase</b>	<b>37</b>
4.1	Recherche: Werden Sie zum Forscher	38
4.2	Freuen Sie sich auf Neues: Der erste Kundentermin	40
4.3	Sagen Sie „Yes“ – und legen Sie los	41
	Literatur	45
<b>5</b>	<b>Zustandsmanagement: Die richtige Einstellung</b>	<b>47</b>
5.1	Für eine Stunde der wichtigste Mensch	48
5.2	Russisch Roulette mit dem Handy	51
<b>6</b>	<b>Beziehungsmanagement: Die Wir-Gefühl-Phase</b>	<b>55</b>
6.1	Mit allen Gesprächspartnern auf Augenhöhe: Wertschätzung zahlt sich aus	56
6.2	Das Schweigen der Lämmer: Es gibt bessere Möglichkeiten für den Beziehungsaufbau	59
6.3	Wo ist die Steckdose? – Beziehungsmanagement versus Technik	61
<b>7</b>	<b>Potenzialwecker: Ohne Interesse kein Abschluss</b>	<b>67</b>
7.1	Ist super gelaufen – oder auch nicht?	68
7.2	Interesse wecken	71
7.3	Sherlock-Holmes-Phase: Ziele und Kaufmotiv	74
7.4	Sie meinen doch bestimmt ...	77
7.5	Fragetechnik wins	78
7.6	Zuhören können	83
7.7	Das haben wir noch nie so gemacht	85
7.8	Verantwortlichkeiten klären	86
7.9	Frag nach dem Potenzial	89
<b>8</b>	<b>Das Nutzenbuch: Die Präsentationsphase</b>	<b>93</b>
8.1	Fasse zusammen	95
8.2	Nutzen – nicht Features	97
8.3	Reminder: Ego-Drive zuschalten	100
8.4	Vorabschlussfragen	101

8.5	Hoffentlich fragt niemand nach dem Preis	103
8.6	Wie komme ich jetzt zum Abschluss?	105
8.7	Es gibt kein Angebot	107
8.8	Gut, dass Sie es erwähnen – die Einwandbehandlung	109
8.9	Ein bisschen, mehr, am meisten – das Kontrast- angebot	114
<b>9</b>	<b>Ende gut: Die Abschlussphase reloaded</b>	<b>117</b>
<b>10</b>	<b>Potenzial-Potenzierer oder: Führung im Vertrieb</b>	<b>121</b>