

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Der radikale Umbruch im Verkauf | 1 |
| 1.1 | Die Ausgangssituation | 1 |
| 1.2 | Die Lösung: Vision Selling | 3 |
| 1.3 | Die fünf Grundsätze von Vision Selling | 4 |
| 1.3.1 | Grundsatz 1: Radikale Nutzenorientierung | 4 |
| 1.3.2 | Grundsatz 2: Fokus auf Machtinhaber im Unternehmen | 7 |
| 1.3.3 | Grundsatz 3: Psychologische Muster und Motive kennen und nutzen | 7 |
| 1.3.4 | Grundsatz 4: Hören Sie genau zu – statt nur zu reden | 8 |
| 1.3.5 | Grundsatz 5: Präzise kommunizieren | 8 |
| 1.4 | Die Aufgaben von Vision Selling | 8 |
| 1.4.1 | Aufgabe 1: Trennung von Kunden und Nicht-Kunden | 9 |
| 1.4.2 | Aufgabe 2: Kundennutzen präzise herausarbeiten | 9 |
| 1.4.3 | Aufgabe 3: Zuverlässige Umsatzvorhersage | 9 |
| 1.4.4 | Aufgabe 4: Entscheidungen verzögerungsfrei ermöglichen und vorantreiben | 10 |
| 1.4.5 | Aufgabe 5: Qualifizierte Rückmeldung der relevanten Kundenaussagen reportieren | 10 |
| 1.5 | Die Vision des Entscheiders lebendig halten | 11 |
| 2 | Die Perspektive des Top-Entscheiders | 17 |
| 2.1 | An wen werden Sie verkaufen? | 17 |
| 2.1.1 | Der Empfehler: wichtige Informationsquelle | 18 |
| 2.1.2 | Der Beeinflusser: informieren statt selbst beeinflussen | 19 |
| 2.1.3 | Der Entscheider: entscheidend auch für Ihren Erfolg | 20 |
| 2.1.4 | Der Abzeichner: Veto verhindern | 22 |
| 2.1.5 | Verschiedene Rollen – verschiedene Themen | 23 |
| 2.2 | Lernen Sie Ihre Top-Entscheider besser kennen | 24 |
| 2.2.1 | Grundsätze und Verhaltensweisen der Top-Entscheider | 24 |
| 2.2.2 | Wie ticken <i>Ihre</i> Top-Entscheider? | 26 |
| | Literatur | 29 |

| | |
|---|------------|
| 7.10 Fehler Nummer 10: Sie sprechen mit Pseudo-Entscheidern | 153 |
| Literatur. | 154 |
| 8 Realisieren: Wie Sie Vision Selling nachhaltig in der Praxis umsetzen | 155 |
| 8.1 Drei Ansätze für Ihre Vertrieboptimierung. | 155 |
| 8.2 Umsetzungstipps für Verkäufer | 157 |
| 8.2.1 Von den Werten über die Einstellung zum Verhalten. | 157 |
| 8.2.2 Widersprüche im Umgang mit Kunden vermeiden | 158 |
| 8.2.3 Nutzen Sie Checklisten sinnvoll | 159 |
| 8.2.4 Fünf Mantras für Ihren Verkaufserfolg | 162 |
| 8.2.5 Bewerten Sie die Akquisition neu! | 162 |
| 8.3 Umsetzungstipps für die Organisation. | 163 |
| 8.3.1 Kundenprofile erstellen und kommunizieren. | 163 |
| 8.3.2 Gründe für Erfolge und Misserfolge dokumentieren. | 163 |
| 8.4 Umsetzungstipps für die Führung | 164 |
| 8.4.1 Richten Sie Ihre Strategie auf die Entscheider beim Kunden aus . . | 164 |
| 8.4.2 Schreiben Sie alles präzise auf – intern wie extern | 165 |
| 8.4.3 Schaffen und nutzen Sie Messkriterien für die Abschlusswahrscheinlichkeit. | 166 |
| Literatur. | 168 |
| Nachwort | 169 |
| Stichwortverzeichnis. | 171 |