

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 Vertriebsoptimierung	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