

Inhalt

Vorwort	3
Der Kunde der Zukunft	7
Marketing im Blumenfachgeschäft	10
Kundentypen	16
Der Unentschlossene	16
Der Nervöse	16
Der Mißtrauische	17
Der Schweiger	17
Der Schnellredner	17
Der ängstliche Kunde	17
Der rechthaberische Kunde	18
Der nicht entscheidungswillige Kunde	19
Kinder als Kunden	21
Kindergeschenke – ja oder nein?	23
Spezielle Kindersträuße	24
Muttertagskunden	24
Der Verkäufer der Zukunft	28
Einstellung zum Kunden	29
Das äußere Erscheinungsbild	29
Sympathie und Komplimente	32
Karteikarten als Gedankenstütze	33
Die Beziehung zwischen dem Verkäufer und dem Kunden	39
Die Verkaufsatmosphäre	43
Was macht eine gute Begrüßung aus?	45
Rhetorik ist lernbar!	48
Der Blickkontakt	49
Die Körpersprache	50
Zusammenfassung: Kundenkontakt	53
Der besondere Kundenkontakt: Telefonverkauf	57
Reklamationen	66
Die begründete Reklamation	67
Die unbegründete Reklamation	69
Zusammenfassung: Reklamation	70

71	Formulierungen und Fragen
76	Das Verkaufsgespräch – Analyse
78	Kundengewinnung durch Gesprächsführung
81	Die fünf Phasen des Verkaufsgesprächs
86	Ich- und Sie-Botschaften
88	Von der blumigen Ausdrucksform zur Begeisterung
91	Formulierungssünden sind Verkaufskiller
95	Auch Humor gehört zum Verkauf
96	Verkaufsargumente – Käufer Einwände
 100	 Rund um das Geld
100	Wie man den Teamgeist weckt
101	Umsatzsteigerungen gezielt realisieren
102	Zusatzverkäufe – Möglichkeiten der Umsatzsteigerung
107	Kreative Preisauszeichnung
109	Komplettauszeichnung
112	Der negative Preis – Auch Dienstleistungen haben ihren Wert
 114	 Spezielle Beratungssituationen
114	Firmenpräsentate mit Werbeaussage: Cadeaux
124	Beratung für Außenbepflanzung
129	Verkaufsgespräch: Hydrokultur
134	Das besondere Beratungsgespräch: Hochzeit
145	Verkaufsgespräch: Dauerhafter Raumschmuck
148	Verkaufsgespräch: Grabschmuck
 151	 Ein Wort zum Schluß
 153	 Anhang: Arbeitsheft
153	Teil 1: Trainingsblätter zur Förderung der Eigeninitiative
165	Teil 2: Test zur Lernzielkontrolle
 175	 Sachregister