
Inhaltsverzeichnis

Einleitung: An wen richtet sich dieses Buch?	7
1 Verkaufen als Wortgefecht mit einer linearen Logik	11
2 Beziehungsorientierung beim »Delphinverkäufer«	21
3 Verkäufer als Beziehungsmanager und Erfinder positiver Zukunft ...	25
4 Auf der Suche nach »neuem Wein«	33
5 Der Verkäufer als Coach im Entscheidungsprozess	49
6 Emotionen sind ansteckend	57
7 Den Spagat zwischen Rollenverhalten und Authentizität meistern ..	61
8 Die Vorgehensweise des erfolgreichen Verkäufers	65
9 Strategische Vertriebsprozesse	71
10 Die »Champions-League« der Kundenorientierung	77
11 Die erste Phase in der Akquisition – Der Aufschlag	85
12 Das Buying Center	91
13 Übersicht über die vier Phasen des persönlichen Verkaufsgesprächs	101
13.1 Das Soft-Opening beginnt mit Begrüßungsritualen	102
13.2 Fakten für eine klare Analyse und Diagnose der Bedeutung	104
13.3 Die Präsentation – Ihr Zukunftsbild weckt die Fantasie des Kunden ...	107
13.4 Die Signale erkennen, den Abschluss perfekt machen – Die Abschlussvereinbarung	109
14 Aller Anfang liegt im Vertrauen, Vertrauen braucht Zeit	111
15 Die wichtigsten Frageformen	115
16 Kommunikation ist weit mehr als nur Worte	121

17	Die Hierarchie der Emotionen	127
18	Das Rad der Erfahrung	135
19	Die Präsentation liefert neben Fakten vor allem Kundennutzen	145
20	Im Abschluss ist Führungsstärke und weniger verbale Überzeugungskraft verlangt	159
21	Vertrauen aufbauen in der Kundenbetreuung	167
22	Die Behandlung von Reklamationen und Beschwerden	173
	Schlusswort	191
	Danksagung	193
	Der Autor	195
	Literaturverzeichnis	197
	Stichwortverzeichnis	201