

# Inhalt

<b>Nicht-Verkäufer verkaufen besser</b>	<b>5</b>
▪ Kein Verkäufer-Typ? – Gut so!	6
▪ Das Drückermodell hat ausgedient	9
▪ Anders erfolgreich: authentisch verkaufen	16
▪ Im Ernst: Verkaufen macht glücklich und zufrieden	22
<b>Erfolgsfaktor: Einstellung</b>	<b>25</b>
▪ Wer sich um seine Kunden kümmert, verkauft automatisch	26
▪ Gute Laune – gute Abschlüsse	29
▪ Stiften Sie Nutzen – der Profit kommt von allein	34
▪ Denkfallen, Dilemmata – und starke Lösungen	36
▪ Persönlich: Öffnen Sie sich	42
<b>In vertrauensvollen Kontakt kommen</b>	<b>45</b>
▪ Stressfrei akquirieren	46
▪ So klappt's nachher mit dem Kundengespräch	51
▪ Wie Sie souverän Wirkung entfalten	54
▪ Rasch gute Beziehungen aufbauen	58
▪ Kundentypen erkennen und passend reagieren	67

<b>Ehrliches Interesse schlägt ausgefeilten Werbesprech</b>	<b>75</b>
▪ Vergessen Sie Ihr Produkt und Ihre Leistungen!	76
▪ Zeigen Sie Kompetenz durch Fragen	78
▪ Der Katalog »magischer« Fragen	81
▪ Überzeugen Sie durch spürbar interessiertes Zuhören	85
▪ Verkaufen Sie nach dem unschlagbaren Wenn-dann-Prinzip	89
<b>Entspannt bei Einwänden, locker im Abschluss</b>	<b>95</b>
▪ Einwände sind Chancen, keine Angriffe	96
▪ Der elegante Weg: verstehen statt dagegenhalten	98
▪ Zielsicher: auf gemeinsamen Gewinn hin verhandeln	100
▪ Zum Abschluss leiten, statt zum Abschluss drängen	104
▪ Auf Wiedersehen: in guter Erinnerung bleiben	109
<b>Kunden dauerhaft binden</b>	<b>111</b>
▪ Herausfordernd: verlässlich sein und verlässlich bleiben	112
▪ Nachhaltig: auch nach dem Abschluss Besonderes bieten	116
▪ Zukunftsweisend: nach dem Kauf ist vor dem Kauf	120
▪ Völlig okay: gute Leistung darf öffentlich gelobt werden	121
▪ Stichwortverzeichnis	125