

Inhalt

Erste Disziplin: Die Sekretariatshürde 7

1 An Entscheider heranzukommen, kann Millionen wert sein	7
1.1 Ihr Weg nach oben – Fehler vermeiden	8
1.2 Was ist eigentlich die „Sekretariatshürde“?.	9
2 Springen Sie ins kalte Wasser!	11
2.1 Neue Märkte erfordern neue Methoden	13
2.2 Der Zeitpunkt ist <i>jetzt</i>	15
3 Die leidige Kaltakquise	17
4 Schnell und effizient: Das Telefon ist das Mittel der Wahl.	20
4.1 Telefonakquise: ungeliebtes Stiefkind oder Shooting-Star?.	21
4.2 Mit Ablehnung umgehen	21
4.3 Die telefonischen Vertriebsfolge richtig dokumentieren	24
5 Besiegen Sie Ihren inneren Schweinehund	25
5.1 Nutzen Sie die Macht der Gewohnheit	25
5.2 Autosuggestion: Entwickeln Sie eine neue Art zu denken	26
5.3 Positives Denken: Erfolg durch Optimismus	29
6 Was einen Top-Verkäufer ausmacht	32
6.1 Die Bedeutung der richtigen Kommunikation	32
6.2 Stehen Sie hinter Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung	35
7 Am Telefon ist Ihre Stimme Ihr Werkzeug	36
7.1 Verbessern Sie Ihre Rhetorik	36
7.2 Mit Schwung über die Hürde!	39
7.3 Die Macht von Appellen	42
7.4 Reden Sie, wie ein Adler fliegt.	43
8 Die Überwindung der Sekretariatshürde im Dialog.	44
9 Anruf und Mailing – ein starkes Doppel	49
10 Was am Telefon geht – und was nicht.	56

Zweite Disziplin: Telefonate mit Entscheidern 58

1 Schwingen Sie sich in den Sattel.	58
2 Geschäftserfolg auf Entscheiderebene	59
2.1 Entscheider recherchieren.	61
2.2 Entscheider identifizieren.	65
2.2.1 Entscheiderzirkel	66
2.2.2 Beeinflusser.	68
3 Im Dialog mit dem Entscheider	74
3.1 Andere überzeugen.	74
3.2 Gesprächsplanung	79
4 Kundentypen erkennen.	81
5 Die Etappen Ihres Rennens	87
5.1 Die Vorbereitung des Rennens	89
5.2 Startphase – im Erstkontakt gewinnend auftreten	93
5.3 Die ersten Meter – Neugierde und Interesse wecken	94
5.4 Aus dem Pulk ausbrechen – den Bedarf ermitteln.	96
5.5 Die Bergetappe – Einwände überzeugend ausräumen.	100
5.5.1 Einwandbehandlung	100
5.5.2 Der feine Unterschied – Einwand oder Vorwand?	105
5.5.3 Ein- und Vorwände beim telefonischen Nachfassen.	108
5.5.4 Zusammenfassung	110
6 Reflexion	111

Dritte Disziplin: Der persönliche Dialog mit dem Entscheider 113

1 Machen Sie einen Siegertypen aus sich	114
2 Die Verkaufstechnik – Der Kunde steht im Mittelpunkt	118
2.1 Beachten Sie immer die emotionale Seite des Geschäfts.	119
2.2 Kunden sind am Nutzen interessiert	125
2.3 Konzentrieren Sie sich auf die Kaufgründe, nicht auf die Einwände	130

2.4 Arbeiten Sie an Ihrer beruflichen Kommunikationsfähigkeit.	133
2.5 Halten Sie Ihre Versprechen.	137
3 Warum kaufen Kunden?	137
3.1 Motivieren statt manipulieren!	138
3.2 Persönliche Motive	139
3.3 Entscheidungsvorbereiter.	143
4 Ihr Körper als Ausdrucksmittel	146
5 Ausstrahlung und Charisma	152
6 Ihr Streckenplan für eine erfolgreiche Präsentation.	157
6.1 Sind Sie fit für Ihren Kunden?	159
6.2 Der Auftritt	161
6.3 Die Sicht des Kunden	163
6.4 Die Lösung.	163
6.5 Den Haupteinwand vorab entkräften	164
6.6 Vorteilsargumentation	164
6.7 Diskussion.	165
6.8 Positives Feedback einholen	165
7 Argumentationstechniken.	167
7.1 Die Aussage.	168
7.2 Die Begründung	169
7.3 Das Beispiel	171
7.4 Das Fazit	173
7.5 Erfolgskontrolle	174
8 Mit dem Abschluss durchs Ziel.	177
8.1 Rauf aufs Siegertreppchen	177
8.2 Bewährte Abschlusstechniken	179
8.3 Achten Sie auf Kaufsignale	183

Fazit – Ihre persönliche Siegerehrung	185
Sie müssen ständig besser werden	186

Literaturhinweise	188
Stichwortverzeichnis	189