

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur vierten Auflage	5
Vorwort zur dritten Auflage.....	5
Vorwort zur zweiten Auflage.....	5
Vorwort.....	6
1 Einführung	13
1.1 Verkauf.....	13
1.2 Balanced Selling®	14
1.3 Wie kaufen Kunden?	16
2 Der Verkaufsprozess im Überblick	19
3 Telefonakquise.....	21
3.1 Termintelefonat.....	21
3.1.1 Auf Empfehlung.....	22
3.1.2 Einzelschritte.....	24
3.1.3 Termintelefonat – Bestandskunden Ihres Unternehmens	28
3.1.4 Termintelefonat – Ohne Empfehlung	30
3.1.5 Umgang mit Einwänden.....	32
3.1.5.1 Gängige Einwände.....	34
3.1.5.2 Umgang mit Einwänden – die Technik!	36
3.2 EXKURS 1: Schriftliche Terminbestätigung und Alternativen	37
3.3 EXKURS 2: Persönliche Akquise	43
4 Aufwärmphase	47
4.1 Empfang.....	47
4.2 EXKURS 3: Smalltalk.....	51

4.3	Sitzordnung und Getränke.....	53
4.4	EXKURS 4: Empfang beim Kunden.....	57
4.5	Visitenkartenpoker	60
4.6	Zeitlicher Rahmen	61
4.7	Empfehlungsvorbereitung (beim empfohlenen Kunden)	62
4.8	Vorstellung der eigenen Dienstleistung.....	64
5	Orientierung.....	73
5.1	Analysebogen.....	73
5.2	Titanic-Prinzip.....	77
5.2.1	Exkurs 5: Qualitäten des Zuhörens	81
5.2.2	Thematisieren von Wahrheiten.....	83
5.2.3	Empfehlungsvorbereitung (beim nicht empfohlenen Kunden).....	84
5.3	Vorabschluss.....	85
6	Beratung / Entwicklung	93
6.1	Basis	93
6.2	Einstieg	98
6.2.1	Sprache des Kunden	104
6.2.2	Kunst des Erklärens	105
6.2.3	Bildhafte Sprache	109
6.3	Aufstieg	114
7	Abschluss.....	117
8	Service	121
8.1	Stornosicherheit	121
8.2	Gemeinsamer Fahrplan.....	122
8.3	Empfehlungsnahme / Drei-Wochen-Termin	123

8.4	Welcome-Schreiben	128
8.5	Imagepflege	130
8.6	Überraschung	130
8.7	Empfehlungsnahme einmal anders	131
8.8	„Restaurant Rossi“-Effekt.....	133
8.9	Up- und Crossselling.....	135
9	Schlusswort	139
	Stichwortverzeichnis.....	141