

Inhaltsverzeichnis

1	Unsere Philosophie vom Verkaufen	1
1.1	Was Sie vorab über dieses Buch wissen sollten	3
1.2	Die Rolle der Hirnforschung in diesem Buch	5
	Literatur	6
2	Erfolgreich verkaufen ist erfolgreich kommunizieren	7
2.1	Kundenkommunikation – eine kurze Wiederholung	7
2.2	Gehirnleistung im Gespräch	9
	Literatur	11
3	Schritt 1: Der erste Eindruck zählt	13
3.1	Alles beginnt mit dem Auge	15
3.1.1	Blicke lassen sich kaum kontrollieren	18
3.1.2	Erkenntnisse der Forschung	20
3.1.3	Exkurs: Intuition	21
3.2	Voraussetzungen für einen guten ersten Eindruck	22
3.2.1	Sich selbst emotional vorbereiten	24
3.2.2	Die kognitive Leichtigkeit erreichen	27
	Literatur	28
4	Schritt 2: Kunden einschätzen	29
4.1	Motivationstypologie ist hirnbasiert	31
4.2	Die Map of Motivation entsteht	34
4.3	Wie tickt mein Gegenüber? Ein Navigationssystem	36
4.4	Motivationstypologie	40
4.4.1	Die „Roten“: extrovertiert und aufgabenorientiert	40
4.4.2	Die „Gelben“: extrovertiert und menschenorientiert	42
4.4.3	Die „Grünen“: introvertiert und menschenorientiert	43
4.4.4	Die „Blauen“: introvertiert und aufgabenorientiert	44
	Literatur	46

5	Schritt 3: Synchronisieren und verbinden	47
5.1	Teamarbeit: Gehirn-zu-Gehirn-Synchronität	48
5.2	Heimat der Synchronität	49
5.3	Konzentration erfordert Mindpower	50
5.4	Konzentration ist auch eine Frage des Alters	52
5.5	Das Cocktail-Party-Phänomen	54
5.6	Aktiv zuhören synchronisiert Gehirne	55
5.7	Synchronisation kann erlernt werden	58
5.8	Fünf Schritte zur Konzentration auf das Gespräch	61
5.9	Vorbereitet einen ersten Eindruck machen	63
	Literatur	64
6	Schritt 4: Vertrauen gewinnen	65
6.1	Die Vertriebs-Erfolgsspirale	66
6.1.1	Wertschätzung	67
6.1.2	Redeanteil	68
6.1.3	Positive Stimmung	71
6.1.4	Keine Angst vor dem Nein!	72
6.1.5	Die Ja-Schleife war gestern	73
6.2	Die Spiegeltechnik: Empathie schaffen	76
6.2.1	Warum wird das Spiegeln so selten eingesetzt?	79
6.2.2	Der soziale Spiegel	79
6.2.3	Fragetechnik	80
	Literatur	81
7	Schritt 5: Lösungen kreieren	83
7.1	Der Kreativität auf der Spur	85
7.1.1	Kreativität beim Kommunizieren	86
7.1.2	Kreativität entsteht en passant	87
7.2	Das DMN gezielt für Gespräche nutzen	89
7.3	Primen – die Kraft der Vorstellung nützen	90
7.4	Framing – Informationen ideal formulieren	91
7.5	Kreative Gedanken sichern in Gesprächen	93
	Literatur	94
8	Schritt 6: Geeignet argumentieren	95
8.1	Die vier Positionen im Vertrieb	96
8.2	Nutzenargumentation und Preis	98
8.2.1	Was macht den Unterschied?	99
8.2.2	Das Preis-Leistungsverhältnis	99
8.2.3	Ehrlich währt am längsten	101
8.3	Gesprächsziele	102
8.4	Würden Sie bei sich selbst kaufen?	103

8.5	Das „Nutzenmodell“	104
8.5.1	Die Ausprägungen von Nutzen	106
8.5.2	Argumentationsketten planen und notieren	110
8.6	Einwandbehandlung einwandfrei	113
8.6.1	Ungeeignete Einwandbehandlungen	114
8.6.2	Die geeignete Einwandbehandlung	115
8.7	Emotional argumentieren	119
8.7.1	Der rote Kunde	119
8.7.2	Der gelbe Kunde	122
8.7.3	Der blaue Kunde	123
8.7.4	Der grüne Kunde	125
	Literatur	128
9	Schritt 7: Sich gegenseitig belohnen – und Kunden einfach kaufen lassen	129
9.1	Lohnt sich das?	130
9.2	Das Belohnungssystem	132
9.3	Vorfreude gezielt einsetzen	134
9.4	Auf die Pupillen achten	136
9.5	Und einfach kaufen lassen	136
	Literatur	139
	Nachwort	141

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Literatur	9
2	Status Quo	11
2.1	Fakten Pflege in Österreich	11
2.2	Abriss über das Gesundheitssystem in Österreich	24
2.3	Internationaler Vergleich	36
2.4	Die Gesundheitsfallen beeinflussen und bedingen die Pflegefallen.	54
2.5	Der Paradigmenwechsel.	56
	Literatur	67
3	Einflussfaktoren für ein erfolgreiches Altern	71
3.1	Bewegung: funktionelle Kapazität und Lebensspanne	74
3.2	Ernährung im Alter	86
3.3	Gehirn und Psyche	93
	Literatur	104
4	Problemlösung und Ausblick	107
4.1	Voraussetzungen zur zukunftsorientierten Gestaltung des Gesundheitssystem	108
4.2	Akzentuierte Prävention – Der Best- Ager- Bonuspass (BABP) ...	111
4.3	Grundlagen zur Umsetzung	113
4.4	Pflegereform: strukturell, personell, finanziell, ausbildungstechnisch	123
4.5	Gesellschafts- und gesundheitspolitischer Ausblick	138
	Literatur	142