

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----|
| Vorwort _____ | 5 |
| Schritt 1 | |
| Planen Sie Ihre persönliche Verkaufsstrategie _____ | 11 |
| Definieren Sie Ihren Wettbewerbsvorsprung _____ | 12 |
| Finden Sie Ihre besten Kunden _____ | 21 |
| Betreiben Sie persönliches Kompetenz-Marketing zur Gewinnung neuer Kunden _____ | 29 |
| Entwickeln Sie einen Kundengewinnungsplan _____ | 39 |
| <i>Zusammenfassung</i> _____ | 45 |
| Schritt 2 | |
| Managen Sie Ihre Kundenkontakte _____ | 47 |
| Identifizieren Sie die richtigen Gesprächspartner _____ | 47 |
| Wie Sie einen Gesprächstermin erhalten _____ | 56 |
| Bereiten Sie sich auf das Gespräch vor _____ | 62 |
| Der erste Eindruck _____ | 67 |
| Wie Sie den Gesprächsbeginn finden _____ | 71 |
| Überzeugen durch persönlichkeitsorientiertes Verhalten _____ | 75 |
| Effektives Verhalten in Kundengesprächen _____ | 93 |
| <i>Zusammenfassung</i> _____ | 95 |
| Schritt 3 | |
| Entdecken Sie Probleme, und wecken Sie Bedürfnisse _____ | 98 |
| Finden Sie die Bedürfnisse des Kunden heraus _____ | 99 |
| Verstärken Sie das Kaufbedürfnis des Kunden _____ | 102 |
| Erst zuhören, dann reden _____ | 111 |
| <i>Zusammenfassung</i> _____ | 119 |
| Schritt 4 | |
| Entwickeln Sie gemeinsam mit dem Kunden Problemlösungen _____ | 120 |
| Der Kaufprozess aus der Sicht des Kunden _____ | 120 |
| Effektive Demonstration von Produkten _____ | 128 |
| 30 Tipps, um in Präsentationen zu überzeugen _____ | 134 |
| <i>Zusammenfassung</i> _____ | 141 |

| | |
|---|-----|
| Schritt 5 | |
| Verhandeln Sie Seite an Seite mit dem Kunden | 143 |
| Der Weg zum Kaufabschluss | 144 |
| Wie Sie auf Einwände antworten | 146 |
| Preise und Konditionen verhandeln | 152 |
| Wie Sie Ihre Interessen schützen | 157 |
| Der Prozess des Verhandeln | 164 |
| <i>Zusammenfassung</i> | 178 |
| Schritt 6 | |
| Kümmern Sie sich um die Zufriedenheit Ihrer Kunden | 180 |
| Wie Sie für die Kundenzufriedenheit nach dem Auftrag sorgen | 181 |
| Ein System zur Sicherung der Kundenzufriedenheit | 184 |
| Eröffnen Sie für jeden Kunden ein Konto der Emotionen | 187 |
| <i>Zusammenfassung</i> | 188 |
| Schritt 7 | |
| Entwicklen Sie Ihre Key Accounts | 189 |
| Planen statt Durchwursteln | 191 |
| Entwickeln von Key Accounts | 196 |
| Strategien zur Entwicklung von Key Accounts | 198 |
| Sponsoren und Antisponsoren | 203 |
| Verkaufen an der Spitze | 204 |
| Investitionen für die Zukunft | 207 |
| <i>Zusammenfassung</i> | 209 |
| Anhang: Fallstudie Medizintechnik | 210 |
| Anmerkungen | 237 |
| Stichwortverzeichnis | 238 |
| Der Autor | 240 |