

# Index

- Ablehnung, neu definieren 66  
Ablehnungsschreiben 123  
Absatz  
  durch Disziplin 49  
  gleichbleibend hoch halten 107  
Abschluss. Siehe Verkaufsabschlüsse  
Abschlussfragen 65, 136, 137, 139, 140,  
  232, 234, 235, 236  
AHA (Einstellung, Humor, Aktion) 68,  
  69  
Aktion 69  
Ali, Muhammed 119  
Angst (des Kunden) entdecken 15  
Anrufe, nicht filtern 88  
Antennen ausfahren 19  
Auftreten, professionelles 125  
Aussehen, professionelles 64  
Automatische Anrufannahmesysteme  
  256  
Auto Zone, Kundenservice bei 280
- Bedürfnis (des Kunden) entdecken 14  
Beeindrucken, Wunsch nach 16  
Begeisterung 7, 10, 77, 309, 331, 373  
Beobachtung  
  Macht der 19  
  zugehörige Aktion 21  
  zugehörige Kompetenz 21  
Beschwerden, Verkauf und 284  
Besitz, Wunsch (des Kunden) nach 15  
Bestätigende Fragen 233  
Bestehende Kunden als beste  
  Neukunden 102  
Bevölkerungsgruppen, Witze über 115  
Beweise  
  Erfahrungsberichte als 27  
  zugehörige Aktion 28  
  zugehörige Kompetenz 28  
Beziehungen  
  aufbauen 99, 247  
  Fragen zum Aufbau von 136  
  langfristige 5, 63, 183, 241, 284, 372,  
    374, 378  
  langfristige anstreben 25  
  Networking und 327  
  schützen vor Konkurrenz 55  
  und Engagement entwickeln 11  
  Verkauf durch 98, 99, 204  
  Vermögen verdienen durch 101  
  Weisheit und 14  
  zu potenziellen Kunden herstellen  
    181  
  Zusagen einhalten 65, 86, 158, 267  
Blogs 352, 359, 360  
Bonura, Joe 249  
Boyd, Ty 47, 121, 276, 278, 280, 281  
Branding. Siehe Marken; Siehe Marken  
Broschüren 246  
Brown, Becky 117  
Budgets, Einwände und 212, 214  
Business Social Media 360
- Carnegie, Dale 58, 73  
Chadwick, Jeff 330  
Challenge to America (Turner) 376  
Chemie, gute herstellen 125, 181  
  durch Humor 114  
Chuzpe 21, 23  
Cohen, Barton 375
- Dank für Empfehlungen 158  
Das Seltsamste Geheimnis 8, 73, 370  
Dass, Hari 239  
Daulton, Duke 376  
Denke  
  Verkauf findet im Kopf statt 7  
  zugehörige Aktion 8  
  zugehörige Kompetenz 8  
Denke nach und werde reich 376  
Diashows 196  
Die kleine blaue Lokomotive 9  
Disziplin 49  
Durchhaltevermögen 259, 331, 343

- Early Risers Lead Club 162
- Edwards, J. Douglas 234
- Ehrlichkeit 64, 167, 263, 372
- Eindruck, unvergesslichen hervorrufen 67, 128, 130, 258
- Einladung in Ihr Unternehmen 247
- Einladung zum Mittagessen 104, 336, 345
- Einstellung 343, 370
  - geistige 7
  - Grundlage selbst schaffen 7, 83
  - JAI-Einstellung 34
  - negative 73
  - positive 63, 69, 73, 74, 171, 267, 315, 370, 382
- Eintrittskarten verschenken 100, 158, 247
- Einwände 226
  - Budgets und 212, 214
  - echte herausfinden 65, 200
  - echte überwinden 202, 209, 210
  - entscheidende nennen 89
  - Interesse signalisieren 201, 205
  - mehrere Entscheidungsträger 221, 222, 223
  - Preis zu hoch 217
  - überwinden 80, 249, 250
  - und Hinhaltenaktiken 198, 209, 211
  - vermeiden 206, 208, 209
  - vorwegnehmen 65
  - zufrieden mit Lieferanten 220
- Eitelkeit (des Kunden) entdecken 16
- Elijah, Thomas J. 254
- E-Magazine (E-Zine) 352, 359, 360
- E-Mail 129, 246
- Emotionale Reaktionen, achten auf 93
- Empathische Antworten, hören auf 93
- Empfehlungen 182
  - beratende 85
  - Dank für 158
  - eine pro Monat 104
  - perfekte Vorgehensweise 157, 159
- Engagiere
  - Beziehung und Engagement entwickeln 11
  - zugehörige Aktion 13
  - zugehörige Kompetenz 13
- Entdecke
  - Kaufgründe 13
  - zugehörige Aktion 17
  - zugehörige Kompetenz 17
- Entscheidender Punkt finden 94
- Entscheidungsträger
  - bei Kaltakquise erreichen 163
- Erbe 379
- Erfahrungen, bisherige ermitteln 14
- Erfahrungsberichte 182
  - als Beweise 27
  - Einwände überwinden mit 80, 208
  - nutzen 65
- Erfolg
  - 10,5 Gebote des 30
  - durch Post-it-Notizen erreichen 60
  - Eigenverantwortung 62
  - gibt es nicht ohne Misserfolge 123
- Erfolgsformel 67
- Erfolgs-Pipeline 347
- Erfolgsstrategien, von Bob Salvin 340
- Eröffnungssätze 167
- Erweiterungen verkaufen 103
- Ethik, im Verkauf 84, 108, 189, 240
- Ethnische Gruppen, Witze über 115
- Ethridge, Mark 46
- Facebook 352, 358, 360, 387
- Fachmessen 306, 308, 309, 311
- Fachtagungen 306, 308, 309, 311
- Fachwissen, des Kunden ermitteln 14
- Faire Preise 85
- Feedback-Fragen 139
- Fehlschläge
  - negative Einstellung und 72
  - statistische Daten über 73
  - vermeiden 62
- Fokussierung 171, 370, 372
- Fragen
  - Abschlussfragen 33, 65, 137, 139, 140
  - als Kern des Verkaufs 134
  - bestätigende 233
  - entscheidenden Punkt finden 93
  - falsche Fragen ergeben falsche Antworten 17
  - Feedback geben und einholen 139

- im Verkaufsprozess 140
- Kern des Verkaufsprozesses 19
- Liste entwerfen 139
- Macht von 134, 135, 136
- Meisterschaft 19
- offene 17, 135, 150, 156, 180, 191
- zugehörige Aktion 19
- zugehörige Kompetenz 19
- zum Aufbau der Beziehung 136
- Freitag
  - Abschluss erzielen am 107
  - für Folgeweche vorarbeiten 105, 106, 107
- Freude am Verkauf 5, 11, 55, 241, 373, 378
- Freundschaften
  - aufbauen 55, 99
  - Verkauf durch 98, 99, 204
  - Vermögen verdienen durch 101
- Führung anstreben 322, 326, 371
- Gardner, Bill 330
- 10,5 Gebote des Verkaufserfolgs 40
  - beobachte 6, 19
  - beweise 6, 27
  - denke 6, 7
  - engagiere 6, 11
  - entdecke 6, 13
  - frage 6, 17
  - glaube 6, 9
  - übernimm Verantwortung 6, 23
  - verdiane 6, 25
  - wage 6, 21
  - werde 6, 30
- Geistige Einstellung 7
- Gelegenheiten, aktiv schaffen 116
- Gelegenheiten, ausschauen nach 81, 372
- Gemeinde, sich einbringen in 100, 315, 371
- Gemeinsamkeiten finden 55, 179, 181
- Geschenkkörbe 130, 258
- Geschichte, des Kunden enthüllen 14
- Geschichten
  - Einwände entkräften mit 208
  - genau zuhören bei 93
  - Vertrauen schaffen mit 182, 194
- Gewinnen, Wunsch (des Kunden) 15
- Gier (des Kunden) entdecken 15
- Gitomer, Josh 378
- Gitomer, Max 366
- Glaube
  - an Firma, Produkt und sich selbst 9, 33, 63
  - Kompetenz 10
  - Meisterschaft 11
  - vierteiliges Glaubenssystem 9
- Glaubwürdigkeit 135, 182, 241
  - Power-Statements und 145, 172
  - Social Media und 349
- Google 355, 358, 360, 361
- Grundlagen
  - Konzentration auf 62
  - lernen und anwenden 63
- Gruppen-Textmessaging 359
- Guggenheim-Museum, Verkaufserfolg 108
- Händedruck 309
- Handschriftliche Grußkarte 246
- Harmonie herstellen 302
- Helfen, verkaufen um zu 5, 25, 31, 63, 241, 372, 378
- Hill, Napoleon 73, 376
- Hindernisse. Siehe auch Einwände überwinden 65
  - zu starke Fokussierung auf 81
- Hinhaltetaktiken 198, 209, 211
  - später erneut anrufen 224, 226
- Hintergrundinformationen 19
- Homoly, Paul 383
- Hopkins, Tom 234
- Humor 117
  - wahre Begebenheiten 117
- Ideen, wertvolle bieten 19, 80
- Image
  - professionelles Auftreten 125
  - professionelles Aussehen 64
  - Visitenkarten und 128
- Interessenten. Siehe auch Potenzielle Kunden
  - bestehende Kunden als 102
- JA!-Einstellung 34
- Jammern, vermeiden 34, 81, 180

- Jones, Clarkson 331  
 Julian, Bruce 146
- Kaltakquise 174  
 Acht-Punkte-Plan für 169  
 Eröffnungssätze 167, 172  
 lachen Sie darüber 117  
 Vertrauen aufbauen bei 186  
 zum Entscheidungsträger durchdringen 163
- Käufer. Siehe auch Kunden  
 Eigenschaften 299, 301, 302  
 Interesse und Zahlungsfähigkeit ermitteln 64, 172  
 Motive 14  
 Signale 65, 228, 230, 231, 232  
 Vertrauen aufbauen 64, 183
- Kaufmotive 14
- Kaufsignale  
 Abschluss und 228, 230, 231, 232  
 achten auf 65  
 erkennen 228
- Kearney, Mitchell 187
- Kittle, Dick 88
- Kommen-Sie-infrage-Verkauf 240
- Kommunikation  
 aufmerksam zuhören 298  
 Briefe 288, 290  
 Erfolgsformel 358, 359  
 nach außen gerichtete 358, 359  
 wöchentliche Vertriebsmeetings 286, 287
- Konkurrenz  
 Beziehungen und 55  
 Freundschaft und 98, 100, 101  
 nicht schlechtmachen 65, 189  
 Power-Statements als Mittel gegen 147  
 schlecht sprechen über 79  
 Umgang mit der 272
- Kontaktmanagement-Programm 346
- Kreativität 25, 33, 65  
 Power-Statements und 144
- Kunden  
 Aussagen bestätigen lassen 82, 164, 204  
 bestehende pflegen 102  
 Erwartungen an Verkäufer 87  
 genau kennenlernen 63, 82  
 Gründe für Abwanderung (Selbsttest) 264  
 loyal oder zufrieden 32  
 richtiger Umgang mit 87  
 zufriedenstellen 284
- Kundenservice 284  
 als mächtiges Verkaufswerkzeug 279  
 Geheimnis von großartigem 276  
 sieben Todsünden 277
- Lachen 117
- Laozi 275
- Leidenschaft 10, 67, 92, 93, 373
- Lewis, Bill 121
- LinkedIn 351, 352, 355, 356, 358, 387
- L.L. Bean, Kundenservice bei 281
- Lombardi, Vince 68
- Lösungen, Wunsch (des Kunden) 15
- Lösungsorientierung 83, 287
- Loyale Kunden, Gegensatz zu zufriedenen Kunden 32
- Loyalität durch Kundenservice 279
- Mackay, Harvey 121
- Marken  
 des Unternehmens 354, 358  
 persönliche 354, 358  
 soziale 354, 358
- Marketing-Kampagnen  
 und Visitenkarten 128, 129  
 unvergessliche 130
- Marketing-Philosophien, nützliche 337
- Massey, Bud 376
- McDougall, Jessica 47
- Meinung (des Kunden) erfragen 17
- Messen. Siehe Fachmessen
- Methode 25
- Metrolina Business Council 100
- Misserfolge 268  
 Eigenverantwortung 62  
 gehören zum Erfolg 123  
 mehrere Grade von 67  
 negative Einstellung und 72  
 statistische Daten über 73
- Mission-Statement  
 Beispiel 110  
 persönliches 108, 110

- Mittagessen, einladen zum 104, 336, 345
- Montag, Abschlüsse erzielen am 105, 107
- Moralisch einwandfreie Verkäufer 84, 108, 189, 240
- Motivation, eigene 63, 64, 77, 266
- Multilevel-Marketing 46, 376
- Mündliche Zusicherungen 79
- Nachfassen 66, 79, 186, 246, 247, 344
- Nachspeise-Zuerst-Abschluss 240
- Negative Einstellung 73
- Negativer Verkauf 239
- Negatives  
vermeiden 173  
zu starke Fokussierung auf 81
- Neisler, Sheila 130
- Networking 327  
Beziehungen knüpfen 323  
Fünfjahresplan 315, 371  
Räume abarbeiten 316  
Räume „melken“ 319  
Schlachtplan für 315
- Networking-Spiel, offizielles 327
- Netzwerke. Siehe Networking
- Nicht-Verkäufer 330
- Nightingale, Earl 8, 73, 234, 370
- Nordstrom, Kundenservice bei 280
- Nur wer handelt, kann gewinnen 8
- Obvious Adams - The Story of a Successful Businessman 20
- Offene Fragen 150, 156, 180, 191
- Offizielles Networking-Spiel 327
- Peale, Norman Vincent 73
- Personal Touch Method 282
- Persönliche Informationen sammeln und einsetzen 55
- Persönliche Interessen erfragen 92
- Persönliche Nachricht für empfohlenen Kontakt 158
- Persönlicher 30-Sekunden-Werbespot präsentieren 157  
schreiben 153
- Persönlicher Stolz 331
- Persönliches Mission-Statement 108, 110  
Beispiel 110
- Philosophien  
der Käufer entdecken 300  
für erfolgreichen Verkauf 31, 383  
nützliche für Marketing 337  
zu meidende 189
- Pipeline, füllen 107, 347
- Piper, Watty 9
- Plasky, Jay 375
- Positive Einstellung 63, 69, 73, 74, 267, 315, 370, 382
- Post-it-Notizen, Erfolg erzielen durch 60
- Potenzielle Kunden  
bestehende Kunden als 102  
Beziehung herstellen 181  
Informationen sammeln über 124  
in Präsentation einbeziehen 190  
Pipeline 343
- Power-Fragen 140, 151, 156, 169, 171, 172, 343
- PowerPoint-Präsentationen 196
- Power-Statements 156, 169, 171, 172, 343  
Definition 144  
entwerfen 144  
Interesse wecken mit 147  
Kreativität 144  
Sinn und Zweck 145  
Termine erhalten mit 147
- Präsentationen  
Kunden einbeziehen in 190  
ungeteilte Aufmerksamkeit 89  
Vertrauen ausstrahlen 186
- Preise, faire 85
- Produkt  
glauben an 63  
in- und auswendig kennen 64
- Produktdemonstrationen  
Kunden einbeziehen in 190
- Produktkenntnisse 242, 244, 330, 331, 332
- Professionelles Auftreten 125
- Professionelles Aussehen 64
- Professionelle Verkäufer  
12,5 Werte 32  
Bedeutung für Wirtschaft 49  
Eigenschaften 76  
Kundenerwartungen an 87  
Umgang mit 90

- Provision, darf kein Motiv für Verkauf sein 25, 63
- Punkt, entscheidender 94
- Pünktlichkeit, bei Terminen 64, 90
- Puppy Dog Close 237
- Quoten 379
- Referenzen 182
- Respekt 34, 64, 82, 90, 241
- Risikotoleranz 21, 22
- Risiko, unausgesprochenes 16
- Rückrufe 88
- Salvin, Bob 333  
Erfolgsstrategien von 340
- Scheitern  
Anzeichen für 268  
Eigenverantwortung 62  
Grade des 67  
negative Einstellung und 72  
statistische Daten über 73
- Schneeballsystem 46, 376
- Schreiben  
als Basis für Wohlstand 377  
Selbstdisziplin und 380  
Vertriebsbriefe 288, 290
- Schuld, in Verantwortung verwandeln 23, 66, 78, 82, 226, 267
- Schulduweisungen, unbedingt vermeiden 34
- Seelenfrieden 16
- Selbstdisziplin 49, 76, 83, 298, 344, 383
- Selbstmotivation 63, 64, 77, 266
- Selbstverpflichtung auf Ziele 369, 370, 383
- Selbstvertrauen 8, 10, 77, 125, 207
- Sieben Todsünden des Kundenservice 277
- Slick, Grace 8
- Smith, Rod 47
- Social Media 364
- Soto, Joe 361
- Spielchen vermeiden 90
- Stone, W. Clement 73
- Strategie 25
- Tägliche Aufzeichnungen 345, 346
- Tagungen. Siehe Fachtagungen
- Teamarbeit 66
- Telefon 246. Siehe auch Voicemail-Systeme  
Rückrufe 88
- Termine  
erhalten 259  
nächsten vereinbaren 66  
Pünktlichkeit 64, 90  
und WOW!-Faktor 123
- Tickets verschenken 100, 158, 247
- Toll, Michael 375
- Ton, achten auf (beim Zuhören) 92
- Turner, Glenn 376
- Twitter 352, 358, 360, 387
- Umstände, tragen keine Schuld 82
- Unabhängige Dritte, Empfehlungen von 160, 246
- Unausgesprochenes Risiko 16
- Unternehmen, glauben an 63
- Unvergesslicher Eindruck 67, 128, 130, 258
- Upgrades verkaufen 103
- Upselling 103
- Verantwortung  
übernehmen 23, 66, 78, 82, 226, 267  
zugehörige Aktion 25  
zugehörige Kompetenz 25
- Verdiene  
Beziehung ist wichtiger als Provision 25  
zugehörige Aktion 27  
zugehörige Kompetenz 27
- Verkauf  
absolute Wahrheit im 57  
als Teamarbeit 66  
als Wissenschaft 55, 76, 300, 369  
als Zahlenspiel 67, 174  
Beschwerden nutzen für 284  
Beziehung ist wichtiger als Provision 25, 63, 69  
durch Disziplin 49  
Ethik und Moral 84, 108, 189, 240  
fatale Fehler beim 78, 80  
Geist des 53  
gleichbleibend hoch halten 107

- Humor im 117
- neue Methode des 54, 56
- Pipeline füllen 107, 347
- Risikotoleranz und 21
- Selbstverpflichtung auf Ziele 369, 370, 383
- Wiederholungskäufe 281
- Verkaufen
  - Meisterschaft durch tägliche Praxis 6, 30
  - Vorteile statt Merkmale 65
- Verkäufer
  - 12,5 Werte 32
  - Anrufe nicht filtern 88
  - Anzeichen für Scheitern 268
  - Bedeutung für Wirtschaft 49
  - Charakterzüge und Eigenschaften 76
  - Kundenerwartungen an 87
  - moralisch einwandfreie 84, 108, 189, 240
  - Umgang mit 90
- Verkäufer, neue Art von 330
- Verkaufsabschlüsse 244
  - Bitte um 33, 65
  - durch Verständnis 242
  - in fünf Fragen 137, 139, 140
  - Kaufsignale 228, 229, 231
  - Puppy Dog Close 237
- Verkaufsbotschaft, fesselnde 32
- Verkaufserfolg, 10,5 Gebote des 30
- Verkaufsgespräche, Eröffnungen 167
- Verkaufsphilosophie 31, 383
- Verkaufspräsen, zu meidende 187, 188
- Verkaufsprozess
  - durchschauen 57
  - Fragen als Kern 19
- Verkaufstagebuch 345, 346
- Verkaufstaktiken, abgehalfterte vermeiden 86
- Verkaufswerkzeuge 248, 343
- Verluste, Angst vor 15
- Verpflichtung auf Ziele 370
- Versprechungen einhalten 65, 86, 158, 267
- Verständnis, Verkaufsabschlüsse durch 242
- Vertrauen
  - des Käufers aufbauen 64, 183, 185, 186, 187
  - durch Empfehlungen 182
  - durch Erfahrungsberichte 182
  - durch Referenzen 182
  - Zusagen einhalten 65, 86, 158, 267
- Vertreterbesuche unerwünscht (Schild) 162
- Vertriebsbriefe 288, 290
- Vertriebsmeetings, wöchentliche 286, 287
- Video-Erfahrungsberichte 27, 29, 182, 183, 195, 208
- Visitenkarten 128, 129
- Voicemail-Systeme 88, 256
- Vorbereitung 64, 65, 120, 207, 266, 307
- Vorteile verkaufen 65
- Wage
  - Risiken eingehen 21, 22
  - zugehörige Aktion 22
  - zugehörige Kompetenz 23
- Wahrgenommener Wert 32, 220, 335
- Wahrheit
  - absolute im Verkauf 57
  - sagen 65, 84, 88
- Waitley, Denis 8, 73
- Webinare 353
- Websites 359
- Weisheit, gute Beziehungen und 14
- Weiterbildung, persönliche 73, 82, 266, 343, 383
- Werbespot, persönlicher 30-Sekunden präsentieren 157
- schreiben 153
- Werde Meister durch tägliche Praxis 6, 30
- Wert
  - als Basis für Internet-Auftritte 350, 353, 359
  - Beziehungen aufbauen 157
  - wahrgenommener 32, 220, 335
  - wertvolle Ideen bieten 19, 80
- Wettbewerber. Siehe Konkurrenz
- Wiedergutmachung, Wunsch (des Kunden) nach 15
- Wiederholte Aussagen, achten auf 93
- Wiederholungskäufe 281

- Witze 117
  - über ethnische Gruppen 115
  - wahre Begebenheiten 117
- WOW!-Faktor
  - einsetzen 124
  - für Verkauf und Abschluss 123
- WOW!-Verkäufer, Eigenschaften 125
- Wunschergebnis 16
  
- YouTube 351, 352, 359, 360, 387
  
- Zahlenspiel, Verkauf als 67, 107, 174, 347
- Zeitmanagement 82
- Ziele
  - Fragen stellen über 92
  - mit Post-it-Notizen erreichen 60
- Ziele setzen 53, 54, 343, 370
  
- Ziglar, Zig 68, 234, 265, 325
- Zimmerman, Joan 377
- Zufriedene Kunden, Gegensatz zu loyalen Kunden 32
- Zuhören
  - als Kern des Verkaufs 134
  - als oberstes Gebot 83
  - auf Ton achten 92
  - den entscheidenden Punkt finden 91, 92, 95
  - effektives 298
  - Einwände überwinden 202
  - Hindernisse beim 292
  - Kundenloyalität und 277
  - Richtlinien für 294
  - wiederholte Aussagen sind wichtig 93
- Zusagen einhalten 65, 86, 158, 267