

# Inhaltsverzeichnis

Informationen über Vertrieb und Verkauf direkt aus der Praxis. Sie können hier täglich nachlesen und alles unmittelbar umsetzen.

*Lesen Sie alles von vorn bis hinten durch.  
Schlagen Sie das Buch irgendwo auf und lernen  
Sie das, was Sie gerade brauchen.  
Setzen Sie es im gleichen Augenblick in die Tat um.*

<b>TEIL 1</b>	<b>Die Regeln. Die Geheimnisse. Der Spaß.</b>	43
<b>TEIL 2</b>	<b>Vorbereitung des Wow!-Faktors</b>	119
<b>TEIL 3</b>	<b>Ich möchte mich Ihnen vorstellen</b>	149
<b>TEIL 4</b>	<b>Großartige Präsentationen</b>	177
<b>TEIL 5</b>	<b>Einwände, Abschluss und Nachfassaktionen. So erreichen Sie das JA!</b>	197
<b>TEIL 6</b>	<b>Nöte und Feinde</b>	261
<b>TEIL 7</b>	<b>Ein Hoch auf den König ... Kunde</b>	275
<b>TEIL 8</b>	<b>Verbreitung des Evangeliums</b>	285
<b>TEIL 9</b>	<b>Netzwerke. Erfolg durch Assoziation(en)</b>	313
<b>TEIL 10</b>	<b>Propheten und Profite</b>	329
<b>TEIL 11</b>	<b>Steigern Sie Ihr Einkommen!</b>	341
<b>TEIL 12</b>	<b>Soziale Medien</b>	349
<b>TEIL 13</b>	<b>Kann ich bitte ein Amen haben?</b>	365

# Erweitertes Inhaltsverzeichnis

## TEIL 1

## DIE REGELN. DIE GEHEIMNISSE. DER SPASS.

### 1.1 GENESIS ..... 43

Was ist so neu an einem 20 Jahre alten Buch?

„Dazu wird es niemals kommen!“

Also, was springt für Sie dabei heraus?

Die 8,5 Verwendungsmöglichkeiten für dieses Buch

Die alte Verkaufsmethode funktioniert nicht mehr unverändert

Pflastern Sie den Weg zu Ihrer Leistung mit Post-it-Notizen

### 1.2 DAS BUCH DER REGELN ..... 61

39,5 Regeln des Verkaufserfolgs

Die Erfolgsformel ... AHA!

### 1.3 DAS BUCH DER GEHEIMNISSE ..... 71

Warum scheitern Verkäufer?

Sind Sie zum Verkaufen geboren?

Nein, Sie müssen es lernen!

Was ist bei diesem Verkauf schief gegangen?

*Es liegt an Ihnen!*

Die Brücke zwischen dem Positiven und dem Negativen

Wie der Kunde behandelt werden will, also ehrlich

Wie ein Verkäufer behandelt werden will, also ehrlich

Der schwer zu fassende entscheidende Punkt.

Wie finden Sie ihn?

### 1.4 DAS BUCH DER GROSSEN GEHEIMNISSE ..... 97

Mit Freundschaft werden mehr Abschlüsse erzielt als mit solider Verkaufsarbeit

Ihre besten potenziellen Kunden sind die bestehenden Kunden

Erzielen Sie am Montag einen Verkaufsabschluss

Ihr persönliches Mission-Statement

## 1.5 DAS BUCH DES HUMORS ..... 113

Mir ist auf dem Weg zu einem Verkauf etwas Lustiges passiert!

## TEIL 2 VORBEREITUNG DES WOW!-FAKTORS

### 2.1 DAS BUCH DES WOW! ..... 119

Der WOW!-Faktor. Mit ihm erzielen Sie den großen Verkaufsabschluss

Nutzen Sie den WOW!-Faktor aus?

Erinnern Sie sich an mich? Ich bin ein Verkäufer. Genau wie all die anderen.

### 2.2 DAS BUCH DER FRAGEN ..... 133

Verkaufen oder nicht verkaufen, das ist die (Power-)Frage

Können Sie in fünf Fragen zum Abschluss gelangen?

### 2.3 DAS BUCH DER POWER ..... 143

Sie stehen nun unter meiner Macht (meinem Power-Statement)

## TEIL 3 ICH MÖCHTE MICH IHNEN VORSTELLEN

### 3.1 DAS BUCH DER EINLEITUNGEN ..... 149

Der persönliche 30-Sekunden-Werbespot: So schreiben Sie ihn

Der persönliche 30-Sekunden-Werbespot: So präsentieren Sie ihn

Sie haben eine Empfehlung? Hier ist die perfekte Vorgehensweise

### 3.2 DAS BUCH DER KALTAKQUISE ..... 161

„Vertreterbesuche unerwünscht“ – sehr witzig!

Dringen Sie bei der Kaltakquise zum Entscheidungsträger durch

Die Eröffnung ist ebenso wichtig wie der Abschluss

Kaltakquise macht Spaß – wenn Sie es wollen

Elemente, die die Kaltakquise ganz heiß machen

## **TEIL 4 GROSSARTIGE PRÄSENTATIONEN**

### **4.1 DAS BUCH DER PRÄSENTATIONEN .....177**

Wollen Sie den Verkauf erleichtern?

Sorgen Sie als Erstes für gute Chemie

12,5 Dinge, die das Vertrauen des Kunden stärken

Wo und wann lässt sich Vertrauen aufbauen?

Wörter und Wendungen, die Sie um jeden Preis vermeiden müssen – ehrlich!

Aktive Einbeziehung des Kunden = mehr Absatz

Dummheiten bei der Diashow. Sie machen keine, nicht wahr? Oder etwa doch?

## **TEIL 5 EINWÄNDE, DER ABSCHLUSS UND FOLGEAKTIONEN. SO KOMMEN SIE ZUM JA!**

### **5.1 DAS BUCH DER EINWÄNDE .....197**

Möge der echte Einwand sich bitte erheben!

Einwände aus dem echten Leben

Lösungen aus dem echten Leben

Vermeidung von Einwänden

Der Verkauf beginnt dann, wenn der Kunde Einwände erhebt

„Ich möchte noch einmal darüber nachdenken.“

„Wir haben unser gesamtes Budget aufgebraucht, ehrlich.“

„Ich möchte noch zwei weitere Angebote einholen.“

„Ich möchte ja kaufen, aber der Preis ist zu hoch.“

„Ich bin mit meinem jetzigen Lieferanten zufrieden.“

„Ich muss das mit meinem ... besprechen.“

„Rufen Sie in einem halben Jahr wieder an.“

### **5.2 DAS BUCH DES VERKAUFSABSCHLUSSES .....227**

Die 19,5 Anzeichen für Kaufwillen beim Kunden

Vermeiden Sie bei Ihren Antworten zwei Wörter – Ja und Nein.

So stellen Sie die entscheidende Frage

Er kann sich nicht mehr trennen!  
 Lassen Sie die Leute zu Ihnen kommen  
 Essen Sie die Nachspeise zuerst!  
 Der überzeugendste Abschluss ist gar kein Abschluss

## **5.3 DAS BUCH DES DURCHHALTEVERMÖGENS.....245**

Verkaufswerkzeuge sind entscheidend wichtig für den Nachfass-Prozess  
 Sie verkaufen schon, seit Sie ein Kind waren!  
 Oh nein! Bitte keine Voice-Mail!  
 „Hinterlassen Sie eine Nachricht und ich rufe Sie gern zurück.“ Oder auch nicht!  
 Sie bekommen keinen Termin?

## **TEIL 6 NÖTE UND FEINDE**

### **6.1 DAS BUCH DER KLAGELIEDER .....261**

Wenn gute Leute schlecht verkaufen  
 18,5 Eigenschaften von gescheiterten Verkäufern

### **6.2 DAS BUCH DER KONKURRENZ .....269**

Tanzen Sie mit den Wettbewerbern? Passen Sie auf, wo Sie hintreten

## **TEIL 7 EIN HOCH AUF DEN KÖNIG ... KUNDE**

### **7.1 DAS BUCH DES KUNDENSERVICE .....275**

Das Geheimnis von großartigem Kundenservice  
 Herausragender Kundenservice ist ein einflussreiches Verkaufswerkzeug  
 Kundenbeschwerden führen zu Aufträgen. Wenn Sie richtig damit umgehen.

## TEIL 8 VERBREITUNG DES EVANGELIUMS

### 8.1 DAS BUCH DER KOMMUNIKATION .....285

In wöchentlichen Vertriebsmeetings werden neue Absätze generiert

Der Brief wirkt, wenn Sie ihn richtig schreiben

Sie wollen mehr verkaufen? Hören Sie genauer zu!

Lernen Sie das Zuhören in nur zwei Worten: Mund halten!

Es gibt 100 Milliarden Käufertypen. Nun rechnen Sie selbst.

### 8.2 DAS BUCH DER AUSSTELLUNGEN .....305

35,5 Erfolgsregeln für Fachausstellungen

## TEIL 9

## NETZWERKE. ERFOLG DURCH ASSOZIATION(EN)

### 9.1 DAS BUCH DER NETZWERKE .....313

Networking – knüpfen Sie Kontakte für Ihren Erfolg

Networking 101. So arbeiten Sie einen Raum ab.

Networking 102. So melken Sie einen Raum.

Beim Networking Beziehungen knüpfen

Das offizielle Networking-Spiel

## TEIL 10

## PROPHETEN UND PROFITE

### 10.1 DAS BUCH DER TRENDS .....329

Die neue Art des Verkäufers

Ein Nicht-Verkäufer

Was hat Bob Salvin damit zu tun? Eine Menge!

## **TEIL 11 STEIGERN SIE IHR EINKOMMEN!**

### **11.1 DAS BUCH DER ZAHLEN ..... 341**

Die Erfolgs-Pipeline

## **TEIL 12 SOZIALE MEDIEN**

### **12.1 DAS BUCH DER SOZIALEN MEDIEN UND DES SOZIALEN VERKAUFS ..... 349**

Die Evolution der Anziehungskraft der Sozialen Medien, die zu Verkäufen führt  
„Verkaufsbesuche“ in den sozialen Medien

Was tun Sie jeden Tag, um Ihre Anziehungskraft und Ihre Marke zu stärken?

LinkedIn ist toll fürs Geschäft – also, ich meine, intelligente Geschäfte

## **TEIL 13 KANN ICH BITTE EIN AMEN HABEN?**

### **13.1 DAS BUCH EXODUS ..... 365**

Väter lehren Verkaufserfolg, ohne es zu wissen

Legen Sie sich fest!

Nachtrag ... Wenn ich erwachsen werde

Ihre Vergangenheit und Gegenwart bilden den Schlüssel zu Ihrer Zukunft

### **Register ..... 389**

**„Jeder will gern erfolgreich verkaufen. Die meisten Leute schaffen es nicht. Das liegt nicht daran, dass sie es nicht könnten. Die Sache ist nur: Sie wissen nicht, wie es geht.“**

*– Jeffrey Gitomer*