

# Inhalt

<b>Einleitung: Mit Happy Sales »fit for Future Sales«</b>	<b>13</b>
<b>1. Verkaufen macht glücklich</b>	<b>17</b>
Was ist Glück überhaupt?	17
Ist Glück angeboren? Kurzfristige Hochstimmung oder anhaltend hoher Glückslevel?	19
Wie messe ich mein Glück?	21
Vom Homo oeconomicus zum Homo happycus	25
So werden Sie als Verkäufer zum Homo happycus!	26
Der Verkäuferberuf – Job, Karriere oder Berufung?	28
Die schönen Seiten des Verkäuferberufs	29
<b>2. Die DNA des Happy-Sales-Verkäufers</b>	<b>37</b>
Identifikation mit der eigenen Verkäuferrolle	37
Der ehrbare Verkäufer – mit welchen Werten verkaufe ich eigentlich?	39
Werte im Verkauf – kurzfristiges Denken oder langfristige Lösung?	45
Was passiert, wenn ich zu wenig aktiv verkaufe?	49
Was ermöglicht mir mein aktives Verkaufen?	51
Entwickeln Sie positive Glaubenssätze im Verkauf!	54
Ein Happy Seller verkauft auf Augenhöhe!	57
Ein Überzeugungssatz, der Kraft spendet!	60
<b>3. Als Optimist verkauft sich's leichter!</b>	<b>63</b>
Was kann die »Broaden and Build«-Theorie in der Vertriebspraxis bedeuten?	64
Lächeln, nur ein Ausdruck unserer guten Stimmung?	66
Was aber, wenn es Ihnen gar nicht nach Lachen zumute ist?	68
Fake it till you make it oder der Trick mit der Hypophyse	69
Optimisten leben leichter	72
Woher kommt die Grundveranlagung zum Optimismus oder Pessimismus?	72
Wie Optimisten und Pessimisten Situationen im Verkauf bewerten	75
Einen Chancensblick entwickeln	77
Der Optimistendreisprung	79

Wie funktioniert der Optimistendreisprung?	79
Ich will ja verkaufen, aber andere sind einfach schneller!	80
Die eigene Wahrnehmung schulen	83
<b>4. Verkaufserfolg neu definiert</b>	<b>87</b>
Die Erfolgspyramide als Königsweg in der Neukundengewinnung	92
Wie viel ist dreimal Glück?	97
Der tägliche Positiv-Check im Verkauf	98
Aktiv verkaufen und sich belohnen!	102
Die hohe Kunst des Genießens	103
<b>5. Wie stärken Sie Ihr Verkaufstalent?</b>	<b>109</b>
Welche Stärken braucht ein Verkäufer?	110
Stärken stärken und glücklich werden	115
<b>6. Fit for future sales - ein Update für Ihre Verkaufsfähigkeiten</b>	<b>125</b>
Vertriebsmitarbeiter im Außendienst – ein verändertes Stellenprofil	125
Mit den richtigen Vertriebskompetenzen gerüstet für den Verkauf 4.0	128
Der Sales Competence Check	133
Verkaufsgesprächsführung im Wandel – die neuen Verkaufsphasen	136
<b>7. Die Kundenbeziehung als Glücksquelle</b>	<b>145</b>
Die drei Quellen unserer Motivation	145
Soziale Beziehungen im Verkauf – Kunden, Partner oder sogar Freunde?	147
Wie jedes Gespräch zu einem positiven Kontakt wird	149
Für eine gute Gesprächsebene sorgen	150
Die AHA-Momente-Strategie	151
Checkliste für eine positive Gesprächsvorbereitung	153
Die AHA-Momente Strategie bei der Telefonakquise	155
Die AHA-Momente-Strategie in der Gastronomie und im Handel	156
Wie sieht mein idealer Kunde aus?	159
Das Persona-Profil im Vertrieb und Marketing	165
Jeder Kundenkontakt ist ein guter Kontakt	170
Den Kauf mit einem Highlight abschließen, gute Gefühle erzeugen und echte Loyalität aufbauen	176

<b>8. Mehr Zeit für den aktiven Verkauf</b>	<b>183</b>
Warum braucht gerade ein aktiver Verkäufer ein gutes Zeit- und Selbstmanagement?	184
Warum braucht gerade ein erfolgreicher Verkäufer ein gutes Zeit- und Selbstmanagement?	185
Und warum braucht ein glücklicher Verkäufer ein gutes Zeit- und Selbstmanagement?	186
Unzählige Rollen und nur ein Akteur?	187
<b>9. Das Geheimnis des erfolgreichen Ziel- und Zeitmanagements</b>	<b>193</b>
Fix oder agil? Selbst- oder fremdbestimmt?	193
Mehr Zeitsouveränität gewünscht?	194
Sei mutig Mensch, entscheide!	196
Feste Strategie- und Planungszeiten einführen	197
Das Zeitmanagementhaus – in 5 Stufen zum Herr über die eigene Zeit	198
Praktisches Beispiel, Zusammenhang, Ziele und Maßnahmen	201
Ziele – Motivator oder Demotivator?	204
Eigene Ziele definieren – der Zielmix macht den Erfolg!	205
Vorbereitung auf Zielvereinbarungen	208
Was mache ich, wenn ich mit einem Ziel nicht einverstanden bin?	210
Ohne Ziele keine Prioritäten	212
Ziele erreichen und sich belohnen	213
<b>10. Gelungene Selbstführung: Strategie statt Aktionismus!</b>	<b>215</b>
Die geschicktesten Verkäufer ernten die größten Kartoffeln	215
Effektiv oder effizient?	217
Die Zielkundendefinition – Was hat das Verkaufen mit den Kartoffeln zu tun?	218
Noch mehr Effektivität erwünscht? Die Kundensegmentierung	219
Das Eisenhower-Prinzip	223
Wichtige Dinge erledigt bekommen und dabei weniger gestresst sein	225
Die Sache mit den To-do-Listen	229
Wie wird die To-do-Liste zu meiner Lieblingsliste?	231
Nicht immer so viel Müssen müssen!	233

<b>11. Von den Prioritäten zur Zeitplanung</b>	<b>237</b>
Zeitbudgets festlegen und mehr in weniger Zeit erreichen!	238
Flexibel bleiben mit Pufferzeiten	240
Goldene Regel der Wochenplanung: Wichtiges immer zuerst einplanen	241
Von den Golfbällen zur Wochenplanung	243
Empfohlene Vorgehensweise bei der Wochenplanung	247
Tagesplanung	249
Noch viel Aufgaben und wenig Zeit übrig? So bleiben Sie handlungsfähig!	251
<b>12. Wie Sie Ihre Zeit im Verkauf bestmöglich nutzen</b>	<b>265</b>
Delegieren oder durchdrehen	265
Die Dinge erledigt bekommen – Tipps für eine wirkungsvolle Arbeitsmethodik	268
Die E-Mail-Flut in den Griff bekommen	274
In vier Schritten den Arbeitstag klar abschließen	277
Schluss mit der Akquise-Aufschieberitis	278
Die wichtigsten Zeitfresser im Verkauf ausschalten und dadurch Aufträge bekommen	280
Das eigene Erfolgssystem überprüfen	292
<b>13. Verkaufen im Flow</b>	<b>297</b>
Verkäufer im Flow führen	298
Für Flow-Erlebnisse im Verkauf sorgen	299
Wochenplanung im Flow	305
Tagesplanung im Flow	306
Flow-Planung im Außendienst	310
Flow-Akquise nach erfolgreichen Terminen – Glücksstrahlen ausnutzen	311
Flow im Handel	312
Den Kunden-Flow nicht abreißen lassen – die Salespipeline	313
Digitaler Kundenflow – wie die Kundengewinnung im Internet mit Online-Marketing funktioniert!	315
<b>14. Ihre Verkäuferenergie – damit Sie der Verkaufserfolg nicht anstrengt!</b>	<b>319</b>
Mensch – mach mal langsam	319
Digital Detox – gehen Sie auf Kommunikationsdiät	320
Einfach mal bewusst mehr Zeit nehmen	323

Zehn Kraftquellen für mehr Verkäuferenergie	323
Die inneren Antreiber – vom Erfolgsfaktor zum Stressor	331
<b>15. Durchhaltetipps für Durststrecken</b>	<b>337</b>
Die Angst vor dem Nein des Kunden überwinden	337
Hören Sie auf sich selbst ein Bein zu stellen!	339
Aktives Verkaufen bringt Glück!	341
Eine optimistische Wahrnehmung entwickeln	343
Werden Sie zum Stehaufmännchen – Widerstandskraft entwickeln	347
3 weitere Tipps, wie Sie Durststrecken noch leichter bewältigen	349
<b>16. Dauerhaft glücklich als Verkäufer</b>	<b>353</b>
Das eigene Glück messen	353
Glück kann man trainieren – den eigene Glückslevel täglich steigern	355
Eine optimistische Grundhaltung bewahren	357
Es sind die Vielzahl der kleinen Momente, die uns glücklich machen!	359
Eine To-do-Liste der angenehmen Art – die Schmunzelliste	360
Die zwei Glückskomponenten: Eudaimonia und Hedonia	363
Zu viel Genuss bringt auch nichts!	364
Die Macht der Gewohnheit	366
Die Happy Sales KPI's (Key Performance Indicators)	367
Schon jetzt für einen glücklichen Rückblick sorgen!	369
Mein Rezept für ein glückliches Leben	371
<b>Die Essenz aus <i>Happy Sales</i> und das Schlusswort</b>	<b>373</b>
16 Erfolgsfaktoren für <i>Happy Sales</i> – so werden Sie aktiv und glücklich im Verkauf:	373
<b>Danksagung</b>	<b>375</b>
<b>Über die Autorin</b>	<b>377</b>
<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>379</b>
<b>Stichwortverzeichnis</b>	<b>383</b>

