

Stichwortverzeichnis

- A** Abschluss 61, 267
 Accessoires 97
 Account Management 14, 25, 56, 61, 139, 221, 276, 278
 Account-Management-E-Mails. 192
 Amygdala 77, 78, 112, 168
 Anliegen/Bitte 167, 218
 Ansteckung, emotionale 18, 45, 82
 Argumentationskette 267
 AT&T 13
 Audioausrüstung 67
 Audioqualität 68
 Aufmerksamkeitskontrolle 64, 68, 88, 111
 Aufmerksamkeitsspanne 27, 93, 103
 Augenkontakt 72, 79, 85–88, 91, 98, 118, 128, 231, 232
 Ausrüstung 75
 Autoritätsprinzip 254
- B** BASIC 142
 Bedrohungen
 –physische 112
 –soziale 112
 Belastung, kognitive 63, 64, 67, 69, 70, 254, 256
 Beleuchtung 69
 Bell, Alexander 137
 Bennett-Goleman, Tara 167
 Bestätigungsneigung 66
 Bildausschnitt 64
 Bildhintergrund 63, 73, 74
 Bindung, emotionale 26
 Biografische Daten 259
 Boorstin, Daniel J. 268
 Borge, Victor 80
 Brown, Brene 47
 Bulk-E-Mails 201, 202
 –A/B-Tests 202
 –Compliance 202
 Bulk-Mail-Marketing 201
 Bulk-Marketing-E-Mails 192
 Bushnell, Nolan 277
- C** Call-to-Action 131
 CAN-SPAM 210
 Cannon, Dr. Walter 112
 Canva.com 260
 Carey, George 13
 CASL 210
 Cerebellum 112
 CFO 33
 Chat
 –proaktiver 234, 235
 Chat-Konversationen 227, 228, 230
 Chat-Technologie 225
 Chat-Verkaufsprozesse 226
 Chatbots 224
 Chats
 –proaktive 229
 –reaktive versus proaktive 229
 Chats, proaktive 224
- Cialdini, Robert 157
 Cialdini, Robert B. 122
 Content Creation 253
 Content Curation 252
 Corona-Krise 23, 109
 Coronavirus-Pandemie 14, 61
 CRM-Archiv 160, 162, 163, 178, 206, 224, 230, 237, 243, 248
 CRM-Integration 224
 CRM-System 205
 Cudd, Amy 82
- D** Daten, sensible 206
 Demos 25, 57, 84, 101, 102, 105, 109, 110, 124, 125, 129, 158, 221, 254
 Demos, virtuelle 102
 Direct Messaging Apps 130, 222
 Direct Messaging Plattform 222
 Direktnachrichten 13, 24, 26, 27, 29, 46, 56, 129, 149, 188, 197, 206, 211, 220–224, 248, 259
 –Plattformen 221
 –Prospecting 222
 –Regeln 220
 Disruption 189
 Disziplin, emotionale 46, 268
 DocuSign 139
 Dreistufige Turnaround-Rahmen
 –für die Einwandbehandlung 167
 Drift 220
- E** E-Mail
 –Betreffzeile 215
 E-Mail-Prospecting
 –Bilddateien 204
 vier Grundregeln 201
 E-Mail-Prospecting-Rahmen, vierstufiger 212
 E-Mail-Service-Provider (ESP) 201
 E-Mail-Signatur 198
 E-Mails
 –Anhänge 205
 –Authentizität 212
 –Bausteine 191
 –Betreffzeilen 195
 –Mehrwert 202
 –Prospecting-Rahmen, vierstufiger 211
 –Relevanz 212
 –Tonfall und Etikette 198
 E-Mails, verkaufsspezifische 192
 Eckman, Paul 78
 Elevator-Pitch 158
 Ellison Technologies 109
 Emojis 131, 186, 190, 196, 232, 233, 285
 Emotionen, disruptive 41, 43, 46, 48, 91
 Empfehlungen 38
 Entscheider 141, 142, 160, 177, 196, 202, 203, 206, 209, 211, 252, 269–271
 Erfahrungen, emotionale 43
 Ernst & Young 216
 Erster Eindruck 256
 Erstkontakt 56, 57, 145
 Erstkontakte 25, 31, 56, 57, 58, 143, 187
 Etikette 193, 198, 215

- F** Face-to-Face-Interaktionen 18, 19, 24, 31, 266
 Face-to-Face-Verkauf 16, 25, 39, 148
 Facebook Messenger 130, 220, 250
 Fachmessen 19, 187
 Fanatical Prospecting Bootcamp 144, 237, 278
 Fehlkommunikation 197
 Finanzkrise 14, 20, 273, 275
 Finten 105
 Fiverr.com 260
 Follow-Up
 –Netzwerkevents und Fachmessen 187
 Forbes Insight 53
 Forrester Survey 233
 Fragen
 –geschlossene 268
 –offene 231, 268
 Framing 55, 63, 64, 69–72, 78, 79, 113, 117, 127, 128
- G** Gamechanger 21, 223
 Gatekeeper 221
 GDPR 210
 Gefühle 42
 Gegenseitigkeitsprinzip 122, 250
 Gesetz der Vertrautheit 245
 Gestik 78, 82, 198
 Gewinnchancen
 –maximieren 265
 Gitomer, Jeffrey 10
 Gong.io 139
 Google Alerts 162
 Google-Suche 260
 GoPro 128
 Gutenberg, Johannes 241
- H** Hahn, Kurt 49
 Handlungsaufforderung 133
 Headlines 259
 Hero Image 260
 Hero Images 259
 Heuristik 64, 65, 256
 Heuristiken 64
 Hintergrundgeräusche 68
 Hippo 130
 Hippovideo.io 121
 Holdcroft Nissan 109
 Holt, Lawrence 49
 Hoover, Herbert 13
 Hot Leads 235
 Hot Leads. 235
 HubSpot 121, 137
 HubSpot Sales Pro 203
 Hürdenimmunität 49, 50
 Hyperlinks 190, 199, 204
- I** Iannarino, Anthony 174
 Impulskontrolle 236
 Inbound Leads 201
 Inbound-Chats 229
 Inbound-Chats 226, 229, 230, 232
 Inbound-Marketing 235
 Inbound-Prospecting 56
 Informationen, qualifizierende 227, 236, 237, 246
- Instagram 130, 220
 Instant Messaging 206
 Intelligenz
 –angeborene 38
 –angeeignete 39
 –emotionale 41
 –technologische 40
 –verkaufsspezifische emotionale 37, 41
 –vier Ebenen 37
 Intelligenzquotient
 –AQ 37
 –EQ 37
 –IQ 37
 –TQ 37
 Interessentenlisten 201
 Internetverbindung 68, 74, 115
 iPhone 110
- J** Jedi-Psychotricks 265, 272
- K** Körperhaltung 78, 81, 256
 Körpersprache 18, 45, 53, 56, 63, 72, 78, 79, 87, 91, 92, 104, 131, 184, 198, 228, 231, 245, 256
 Kahneman, Daniel 65
 Kalendereinladungen 220
 Kaltakquise 57, 172, 222
 Kampf-oder-Flucht-Verhalten 112
 Kauffenster 159, 161, 173, 189, 219, 235, 241, 247, 265, 266
 Kaufhistorie 162, 178
 Kaufsignal-Monitoring 247
 Kleidung 95
 Knowledge Studios 54, 121
 Kommunikation
 –Mensch-zu-Mensch 26
 –synchrone 30
 Kommunikation, kanalübergreifend 224
 Kommunikation, virtuelle 33
 Kommunikation, zwischenmenschliche 63, 184
 Kommunikationskanäle 13, 24, 26, 27, 30, 32, 33, 37, 39–41, 47, 48, 56, 172, 265
 –asynchron 27, 30
 –asynchrone 30, 130, 137, 138
 –kartieren 33
 –synchron 26, 27
 Kommunikationskanäle, virtuelle 14, 15, 24, 33, 38, 47, 90, 174, 243
 Kommunikationsstrategien 26
 Kontaktanfragen 251
 Kontaktpflege 56, 67, 184, 188
 Kontaktsequenzen 30, 33, 174
 Kontinuität 248
 Konversionsprozess 236
 Konversionsrate 32, 58, 121, 123, 174, 187, 251
 Kundenbeziehungen 14, 17, 140, 183, 191, 193, 242, 246
 Kundenbeziehungsprozesse (CRM) 130, 160
 Kundendienst 185
- L** Lächeln 233
 Lösungskonzepte, passgenaue 38
 Langer, Ellen 157
 Lavalier-Ansteckmikrofon 69

- Leadgenerierung 199, 201, 203, 246, 254
Leads, marketingqualifizierte (MQL) 235
Lee, Kendra 215
Lincoln, Abraham 90
LinkedIn 119, 129, 130, 137, 162, 163, 173, 178, 187, 188, 199, 206, 207, 211, 220, 222, 223, 241–244, 247, 248, 250, 251, 253, 260–262
LinkedIn Sales Navigator 248
Links teilen 247
Live-Chat
–Optimierung der Kundenerfahrung 225
Live-Chats
–auf Websites 224
- M** Mailbox
–scannen und priorisieren 206
Malware 204
Maynard, Beth 96
Mehrabian, Albert 78
Mehrwert
–emotionaler 158
–materieller 158
Messenger-Apps 220
Methodenmix 32
Mikrofon 68
Mikromimik 85
Mikrosites 224, 227, 235
Mimik 45, 53, 56, 63, 69, 78, 79, 91, 92, 131, 184, 198, 256
MP3-Dateien 254
Multichannel-Strategie 31–33, 40, 45
Murphys Gesetz 111
Mustermix 128, 168
- N** Negativitätseffekte 65, 85, 88
Neokortex 77, 83, 112
Networking-Events 19
Netzwerkveranstaltungen 187
Neukundengewinnung 31
News Stream 247
- O** One-to-Many-Botschaften 202
One-to-One-Format 202
Online-Chatrooms 13
Online-Profilen 259, 262
Osmo 110
Outbound Chats 229
Outbound-Kundensuche 143
Outbound-Prospecting 56, 227, 246, 248
Outreach 137
Outward Bound 50
Overnight Präsentationsdeck 60
- P** Persönliche Marke 19, 209, 256, 259, 260, 262
Persönliche Marke, Aufbau 256
PhotoFeeler 260
PhotoFeeler.com 259
Pipeline 31, 138, 139, 147, 242
Pipeline 25, 41, 53, 56–58, 110, 124, 150, 183, 185, 192, 193, 221, 224, 235, 242, 243, 249, 258, 265, 267, 269
Pipeline Management 221
Pitch 61, 130, 133, 155, 158, 252
Plateautechnik 167, 168
Plattform-Demo 61
Posts
–native 253
Posts, Inhalte 253
Power-Point 74
Präsentation
–visuelle Elemente 101
Präsentationen 25, 55, 57, 60, 65, 75, 76, 84, 102–105, 124, 261
–Interaktionen 105
–interaktive Elemente 104
–Relevanz 102
–Struktur 103
–visuelle Elemente 101
–Zeitraumen 103
Präsentationstools, virtuelle 139
Princeton University, Studie 94
Produktdemo 176, 265
Produktivitätsschub 180
Profilbild 100
Prospecting 22
–Kontaktsequenzen 30
–Segmentierung 160
Prospecting, virtuelles 31
Prospecting-E-Mails 192, 202–205, 211, 219
–personalisierte 121, 122, 124–126, 129, 130, 160, 161, 177, 178, 188, 202, 203, 250
–Plattformen 203
–Verbindung, emotionale 216
–zielgruppenspezifische 202
Prospecting-Listen
–zielgruppenspezifische 247
Prospecting-Sequenzen
–multimediale 248
- Q** Qualifizierung 157
- R** Raumakustik 68
Recherche 177, 267
Reeve, Will 96
Reputation 30, 193, 196, 245, 253, 256, 258
Rich Media 261
Roboter 29
–Fehlprogrammierung 225
Rohn, Jim 88
- S** SaaS) 17
Sales Gravy 20, 46, 278, 279
Sales Pro 137
SalesLoft 121, 137
Schlüsselbegriffe 259
Selbstkontrolle 49, 50
Selbstkontrolle, emotionale 48
Selbstsicherheit 82, 84
Selbstvertrauen 15, 45, 46, 48, 50, 55, 80–86, 167
Selbstwahrnehmung 26, 49, 58
Sena, Joe de 50
Sequenzierung 207
Serviceassistenten, digitale 224
Situationsanalyse 25, 57–60, 84, 89, 102, 141, 193, 242, 266, 267
Slack 191

- Snail Mail 24, 27
 - Social Media 24, 33, 88, 103, 137, 149, 173, 178, 196, 206, 220, 224, 235, 241–250, 252–254, 257–262, *Siehe* soziale Medien
 - Content kuratieren 252
 - Informationssammlung 248
 - Kommentare 259
 - Konnektivität 249
 - Kontaktanbahnung 250
 - Plattformen 243
 - Porträtfotos 259
 - Recherche 248
 - Social Media-Plattformen
 - Algorithmen 249
 - Social Media-Profil 259
 - Benutzerdefinierte URLs 262
 - Kontaktdaten 262
 - Verlinken 261
 - Social Mediasss 243
 - Social Selling 242, 251, 259
 - Fünf Elemente 245
 - Social-Media-Interaktionen 187
 - Social-Media-Profil
 - Headline und biografische Daten 260
 - Social-Media-Strategien 221
 - Social Media 239
 - Software, KI-getrieben 29
 - Spam 187, 204, 205, 209, 210, 221, 222
 - Spam-Filter 191, 205
 - Spam-Mails 210
 - Spartan Races 50
 - Sprachanpassung 159
 - Stakeholder-Personas 142
 - Amplifier 142
 - Buyer 142
 - Coach 143
 - Influencer 143
 - Seeker 143
 - Stakeholder-Zuordnung 248
 - Status quo 38, 40, 58, 189, 235, 247, 252
 - Stimme 83
- T**
- Tech-Stack 75
 - Telefongespräche
 - Leadqualifizierung 141
 - Prospecting 146
 - Situationsanalyse 141
 - Telefongespräche:virtuellerVerkauf 135
 - Telefonkontakt 141
 - Telefonprospecting 144, 145, 148–153, 164, 166–170, 176, 177
 - Anliegen/Bitte 169
 - Aufmerksamkeit 153
 - Ausdauer 173
 - disruptive Wende 168
 - dreistufige Turnaround-Strategie 165
 - Einwandbehandlung 163, 165
 - Plateautechnik 167
 - Rahmenwerk, fünfstufiger 149
 - Skript 166
 - Weil-Aussagen 154
 - Widerstand 151
 - Telefonprospecting-Blocks 172, 179, 180
 - Telefonprospecting-Rahmenwerk 149, 151, 163
 - Termine, vereinbaren 173
 - Textnachrichten 16, 24, 26, 27, 33, 56, 88, 125, 129, 137, 147, 173, 183–191, 193, 196, 206, 220–222, 251, 274
 - Account- und Pipeline-Management 183
 - bei Prospecting. Aktivitäten 187
 - Best Practice 190
 - im Account- und Pipeline-Management, 183
 - nach Netzwerk-Events und Fachmessen 187
 - sieben Regeln 190
 - Thrive Senior Living 109
 - ToFu-Strategien 270
 - Tomlinson, Ray 191
 - Tonalität 78, 82–84
 - Transformation, digitale 14, 26
 - Trigger-Events 159, 162, 178, 189, 219, 247, 248, 250
 - Turnaround-Skript 169, 170
 - Twitter 130, 220
- U**
- Überlastung, kognitive 101, 112, 196, 256
 - Unterbrechen 231
 - URL 190, 205, 262
- V**
- VanillaSoft 137
 - Velocify
 - Studie 187
 - Verhandlungen 61
 - Verkäufer, asynchrone 191
 - Verkauf, per Telefon 137
 - Verkauf, virtueller
 - Definition 24
 - Verkauf, virtueller 21
 - Verkaufsgespräche
 - Face-to-Face 53
 - Verkaufsinstrumentarium, gemischt 16
 - Verkaufszintelligenz
 - die vier Ebenen 37
 - Verkaufsprozess
 - Steuerung 266
 - Verkaufsprozess, elementare Bausteine 266
 - Verkaufsprozesse
 - relationale 29
 - transaktionale 139
 - Verkaufsrelevante E-Mails 192
 - Verkaufsstrategie, hybride 20, 21
 - Verkaufszyklus 14, 32, 42, 57, 269
 - Verletzlichkeit 46, 47
 - Vertrautheit 123, 124, 131, 172, 174, 176, 187, 189, 206, 207, 222, 244–248, 250–252, 256, 258, 260, 262
 - Vertrautheit, fünf Elemente
 - Konversion 246
 - Viber 220
 - Video
 - Hintergrund 127
 - Video-Demo 61, 109
 - Tipps 110
 - Video-Situationsanalysen 59, 60

- Videobotschaft
 - Nachbearbeitung 129
 - Videobotschaften 24, 26, 27, 33, 53, 54, 121–127, 129–133, 139, 173, 186, 188, 194, 204, 207, 209, 212, 220, 222, 224, 243, 248, 251, 271, 277
 - Account Management 126
 - Audio 128
 - Aufnehmen 127
 - Authentizität 131
 - Beleuchtung 128
 - die drei S 127
 - Einfluss auf Kaufentscheidung 125
 - Einladungen 124
 - Follow-up nach Verkaufsgespräch 124
 - Framing 128
 - Kamera 128
 - Kunden weiterreichen 126
 - Mikro-Demos 129
 - Produktaufklärung 125
 - Prospecting 123
 - Terminbestätigungen 124
 - verschicken 129
 - Vierstufiger Rahmen 131
 - Webcam 128
 - Videochats 13, 53
 - Video-Demos 61, 109
 - Videokonferenz
 - Technologie 111
 - Videokonferenz-Plattformen 73, 75, 110, 116, 117
 - Videotelefonate 54, 55, 63, 68, 81, 96, 113, 114, 120
 - Checkliste 113
 - Videotelefonie 22
 - Videoverkaufsgespräche 51
 - Videoverkaufsgespräch, terminiert 98
 - Videoverkaufsgespräche 53, 54, 57, 66, 67, 74, 75, 77, 84, 88, 114, 254
 - fünf menschliche Elemente 77
 - Stimmungsbarometer 185
 - technische Elemente 67
 - Vorbereitung 111
 - Vidyard 130, 207
 - Virtuelle Meetings 9
 - Virtueller Verkauf 24
 - als Gamechanger 274
 - Lektionen 276
 - Social Media 241
 - Spitzenleistungen 41
 - Virtueller Verkaufsprozess 263
 - nächster Schritt 269
 - Spitzenleistungen 265
 - Visitor Intelligence 224
 - Voicemail-Block 180
 - Voicemail-Botschaften 172, 175, 177–179, 187, 220
 - fünfstufiger Rahmen 175
 - Tabus 179
 - zielgruppenspezifische 177
 - Voicemail-Prospecting-Blocks 180
 - Voicemail-Ziele 174
 - Vorbereitung, mentale 93
- W**
- Wahrscheinlichkeit 17
 - Webinar 111
 - WeChat 130, 220
 - Weil-Aussagen 156–158, 160, 161, 163, 243
 - Personalisierung 161
 - Wende, disruptive 167
 - Wertebrücken 131, 133, 217
 - WhatsApp 130, 220
 - WHID-Frage 217
 - White Paper 150, 153, 247
 - WLAN 115
- Y**
- Yasharoff, Hannah 96
 - YouTube 54, 130, 151, 162, 241, 253, 254, 259, 282
- Z**
- Zielkunden 144, 145, 162, 246–248
 - Zoom 13, 59, 73, 98, 100, 110, 282
 - ZoomInfo 141, 248
 - Zuhören 230
 - aktives 91
 - effektives 89, 231
 - tiefgründiges 92
 - Zurückweisung 29, 47, 112, 149, 164, 165

























