

Inhalt

Vorwort	9
Teil I Fundament	
1. Kapitel: Und plötzlich war alles anders	13
2. Kapitel: Ist der Face-to-Face-Verkauf vom Aussterben bedroht?	16
3. Kapitel: Not macht erfinderisch	20
4. Kapitel: Virtueller Verkauf: Definition und Kommunikationskanäle	24
5. Kapitel: Der asynchrone Verkaufsrepräsentant	28
6. Kapitel: Die Multichannel-Strategie	31
Teil II Emotionale Disziplin	
7. Kapitel: Die vier Ebenen der Verkaufszintelligenz	37
8. Kapitel: Gefühle zählen	42
9. Kapitel: Entspanntes, souveränes Selbstvertrauen	45
10. Kapitel: Tiefe Verletzlichkeit	46
Teil III Videoverkaufsgespräche	
11. Kapitel: Videochats – Ein starker Auftritt	53
12. Kapitel: Integration der Videotelefonie in Verkaufs- und Account-Management-Prozesse	56
13. Kapitel: Denkspiele	63
14. Kapitel: Sieben technische Elemente erfolgreicher Videoverkaufsgespräche	67
15. Kapitel: Fünf menschliche Elemente erfolgreicher Videoverkaufsgespräche	77
16. Kapitel: Visuelle Präsentationen und Demos	101
17. Kapitel: Vorbereitung auf den Videoauftritt	111
18. Kapitel: Videobotschaft	121
Teil IV Telefongespräche	
19. Kapitel: Der gefürchtete Griff zum Telefon	137
20. Kapitel: Telefonprospecting	144

21. Kapitel: Das fünfstufige Telefonprospecting-Rahmenwerk	149
22. Kapitel: Die Entwicklung von effektiven Weil-Aussagen	157
23. Kapitel: Einwandbehandlung beim Telefonprospecting	163
24. Kapitel: Die Formulierung schlagkräftiger Voicemail-Botschaften	172

Teil V SMS, E-Mail, Direktnachricht und Chat

25. Kapitel: Integration von Textnachrichten in das Account- und Pipeline-Management	183
26. Kapitel: Textnachrichten im Prospecting-Prozess	187
27. Kapitel: Elementare E-Mail-Bausteine	191
28. Kapitel: Die vier Grundregeln des E-Mail-Prospecting	201
29. Kapitel: Der vierstufige E-Mail-Prospecting-Rahmen	211
30. Kapitel: Direktnachrichten	220
31. Kapitel: Live-Chats auf Websites	224

Teil VI Social Media

32. Kapitel: Social Media als Grundpfeiler des virtuellen Verkaufs	241
33. Kapitel: Das Gesetz der Vertrautheit und die 5 Elemente des Social Selling	245
34. Kapitel: Der Aufbau einer persönlichen Marke	256

Teil VII Der Verkaufsprozess im virtuellen Raum

35. Kapitel: Die Wahrheit über Jedi-Psychotricks	265
36. Kapitel: Der Verkauf unsichtbarer Trucks	273
Danksagung	277
Trainings, Workshops und Vorträge	278
Der Autor	280
Anmerkungen	281
Stichwortverzeichnis	287