

Inhaltsverzeichnis

Einleitung: Mit der Außendienst-Viertakt-Strategie von der unbewussten Inkompetenz zur unbewussten Kompetenz	11
Moderner Außendienst: Verkaufen, ohne zu verkaufen	11
Ihre Persönlichkeit verkauft – aber bitte immer mit Hybrid Sales	17
Viertakt-Kapitel 1: Der Akquisitionsprozess im Außendienst: Wer nicht startet, bleibt stehen	19
Bereich 1: Antriebsmanagement: Den Antriebsturbo für die Motivation zünden	23
Fit zwischen den Ohren: Wie Sie mit Köpfchen, Herz und Verstand Ihren Antriebsmotor starten	24
Außendienst-Yoga: Wie Sie Ihrem Körper Flügel verleihen und noch mehr Energie unter die Motorhaube bekommen	28
Mit Kompetenzaufbau Sicherheit und Motivation aufbauen: Werden Sie zum Experten für Hybrid Sales	33
Selbststeuerung: Zehn Tipps zur Verbesserung Ihres Antriebsmanagements	37
Bereich 2: Planungsmanagement: Mit dem Ziele-Navigator die Kundenpotenziale ausschöpfen	39
Zukunftsplanung: Wie Sie mit Strategie Ihre Aktivitäten steuern	40
Zielplanung: So verändern Sie mit der Zielformel Ihr Verhalten und starten in die Umsetzung	45
Zeitplanung: Nur wer sich selbst kennt, kann effektiv und effizient mit Zeit umgehen	50
Selbststeuerung: Zehn Hinweise zur Verbesserung Ihres Planungsmanagements	55



Bereich 3: Terminmanagement: Direkt zum wertvollen und verbindlichen Gespräch mit den Zielkunden navigieren	57
Den Erfolg adressieren: Fokussieren Sie Ihre Ressourcen und Kompetenzen auf Ihre Zielkunden	58
Den richtigen Aufhänger wählen: Überzeugen Sie Ihre Zielkunden mit zündenden Gesprächsideen	63
Überzeugende Aktivanrufe: Mit der richtigen Einstellung zum Wunschtermin	68
Selbststeuerung: Zehn Empfehlungen zur Verbesserung Ihres Terminmanagements	73
18 Check-Aussagen zum Akquisitionsprozess im Außendienst	75
Viertakt-Kapitel 2: Der Beratungsprozess im Außendienst: Wer den Kunden zur Entscheidung führt, kommt gut an	79
Bereich 4: Beziehungsmanagement: Mit ratiomotion® proaktiv Kunden gewinnen, die am Steuer sitzen	83
Sympathieband knüpfen: Mit Authentizität, Charisma, Neugier und Sprachwitz eine gute Verbindung herstellen	84
Vertrauen aufbauen: Führen Sie »das kleine Gespräch« – mit großer Resonanz	89
Vernetzung auf allen Ebenen: Verbinden Sie (auch) Geschäftseinheiten und Unternehmen miteinander	94
Selbststeuerung: Zehn Impulse zur Verbesserung Ihres Beziehungsmanagements	99
Bereich 5: Informationsmanagement: Den Kunden in drei Schritten zur Analyse seines Engpasses lenken	101
Schritt 1 – die Projektstrategie-Analyse: Betrachten Sie den Kundenkontakt als Projektaufgabe	103
Schritt 2 – die Workshopstrategie-Analyse: Bieten Sie einen projektorientierten Beratungsworkshop an	107





Schritt 3 – die Engpassstrategie-Analyse: Entdecken Sie im Beratungsworkshop den engsten Engpass	112
Selbststeuerung: Zehn Tipps zur Verbesserung Ihres Informationsmanagements	117
Bereich 6: Überzeugungsmanagement: Mit Vollgas auf die Überholspur	119
Mehrwertkonzeption: Entwickeln Sie ein Konzept für Ihre wettbewerbsüberlegene Überzeugungsarbeit	120
Lösungspräsentation: Lassen Sie Ihre Persönlichkeit wirken und entfachen Sie auch online ein Feuerwerk auf allen Sinneskanälen	125
Nutzenargumentation: Fokussieren Sie sich beim Value Selling auf den ratiomotionalen Wert	131
Selbststeuerung: Zehn Hinweise zur Verbesserung Ihres Überzeugungsmanagements	135
18 Check-Aussagen zum Beratungsprozess im Außendienst	137
Viertakt-Kapitel 3: Der Verkaufsprozess im Außendienst: Wer mehr Power hat, gewinnt	141
Bereich 7: Verteidigungsmanagement: Den Schlaglöchern sicher ausweichen	145
Souveräne Vorwandbehebung: So bringen Sie die VorWAND zum Einsturz	146
Souveräne Einwandbehandlung: Nutzen Sie die Sherlock-Holmes-Methode, um Ihr Angebot zu verteidigen	152
Souveräne Preisverteidigung: Starten Sie mit High-Speed-Techniken durch	161
Selbststeuerung: Zehn Empfehlungen zur Verbesserung Ihres Verteidigungsmanagements	167





Bereich 8: Verhandlungsmanagement: Mit Höchstgeschwindigkeit auf die Zielgerade einbiegen	169
Verhaltenspsychologie: Bereiten Sie Ihren starken Verhandlungsauftritt vor	170
Verhandlungsführung: Streben Sie lösungsorientiert und ratiomotional ein positives Verhandlungsergebnis an	175
Abschlussvereinbarung: Sorgen Sie für ein starkes Commitment	179
Selbststeuerung: Zehn Impulse zur Verbesserung Ihres Verhandlungsmanagements	184
Bereich 9: Auftragsmanagement: Den Erfolg sicher und nachhaltig einfahren	187
Nachverfolgung professionalisieren: So fassen Sie systematisch mit der Dranbleib-Strategie nach Auftragskoordination sichern: Wie Sie als Projektmanager Ihre Verantwortung für das Auftragsmanagement wahrnehmen	188
Kundenbeschwerden behandeln: Bringen Sie einen exzellenten Ton in Ihr Reklamationsmanagement	192
Selbststeuerung: Zehn Tipps zur Verbesserung Ihres Auftragsmanagements	197
18 Check-Aussagen zum Verkaufsprozess im Außendienst	203
Viertakt-Kapitel 4: Der Entwicklungsprozess im Außendienst: Wer bremst, fällt zurück	207
Bereich 10: Vertrauensmanagement: Einen Gang hochschalten und den Kunden-Fanklub ausbauen	211
Kundenbegeisterung: Entfachen Sie ratiomotional Begeisterungstürme	212
Kundenbindung: Knüpfen Sie durch Intensivierung der Netzwerkaktivitäten lebenslängliche Beziehungen	216





Kundencoaching: Tragen Sie mit der WNU-Systematik zur Potenzialsteigerung bei	221
Selbststeuerung: Zehn Hinweise zur Verbesserung Ihres Vertrauensmanagements	226
Bereich 11: Wachstumsmanagement: Tuning für die nächste Runde mit dem Kunden	227
Kundenwert nutzen: Rücken Sie die Kunden mit Wachstumspotenzial in den Fokus	228
Planvolle Entwicklung: Legen Sie mithilfe der Wachstumstabelle konkrete Ziele und Maßnahmen fest	233
Strategisches Value Selling: Setzen Sie Ihre Wachstumsmaßnahmen kundennutzenorientiert um	237
Selbststeuerung: Zehn Empfehlungen zur Verbesserung Ihres Wachstumsmanagements	243
Bereich 12: Veränderungsmanagement: Mit neuen Coachingrunden zur Meisterschaft	245
Prozesscoaching: Verbessern Sie kontinuierlich die Qualität Ihrer Abläufe	246
Teamcoaching: Sorgen Sie als Team Transformer für mehr Außendienstpower	251
Selbstcoaching: Der Kreis schließt sich – erfolgreicher Außendienst beginnt bei Ihnen	256
Selbststeuerung: Zehn Impulse zur Verbesserung Ihres Veränderungsmanagements	261
18 Check-Aussagen zum Entwicklungsprozess im Außendienst	263
Schlussbetrachtung: Der letzte Schritt zur unbewussten Kompetenz	267
Literaturverzeichnis	269
Der Autor	271
Stichwortverzeichnis	273



