

Inhalt

Danksagung	7
Vorwort	9
 Teil I WAS ZEICHNET ERFOLGREICHE VERKÄUFER AUS?	
Welche Dimensionen spielen beim Verkauf eine Rolle?	23
 Teil II DIE ACHT DENKMUSTER VON KUNDENSCHWÄRMEN	
1. LUST: Ein Kundenschwarm hat Lust auf seinen Job, ohne blind euphorisch zu sein	35
2. RESPEKT: Ein Kundenschwarm ist respektvoll, ohne ehrfürchtig zu sein	45
3. AKZEPTANZ: Ein Kundenschwarm akzeptiert andere Meinungen und Menschen, ohne zu resignieren	61
4. STOLZ: Ein Kundenschwarm ist stolz, ohne hochmütig zu sein	69
5. NEUGIER: Ein Kundenschwarm ist neugierig, ohne zu verhören	79
6. MUT: Ein Kundenschwarm ist mutig, ohne übermütig zu sein	93
7. VERANTWORTUNG: Ein Kundenschwarm übernimmt Verantwortung, ohne sich zu rechtfertigen	103
8. OPTIMISMUS: Ein Kundenschwarm ist optimistisch, ohne naiv zu sein	111

Teil III VERKAUFSTECHNIKEN

1. Aktives Zu-, Hin- und Heraushören (und Schweigen)	123
2. Die rhetorische Anerkennung einer Frage	131
3. Offene Fragen stellen	135
4. Positive Gedanken durch Impulse verstärken	141
5. Negatives vorerst vorbeizischen lassen	143
6. Themenwechsel	145
7. Begründen	149
8. Alternativfragen	153
9. Call-to-Action (Handlungsaufforderung)	155
10. Jas sammeln	157
11. Das ideale Wort rauspicken	161
12. Die Rose des Kunden	163
Fazit: Mindset schlägt Technik!	165

Teil IV STRATEGIE – WIE DU ERFOLG REPRODUZIERST

Teil V SOCIAL SELLING – WAS IST DAS?

SCHLUSSWORT: Bleib so, wie du sein kannst!	201
Wie sieht dein nächster Schritt aus?	205
Über den Autor	207