Stichwortverzeichnis

A

Ablehnung
  mit Ablehnung umgehen 285
Abschluss 205
  Ängste und Blockaden überwinden 216
  den richtigen Zeitpunkt verpassen 311
  einfacher schriftlicher 211
  Entscheidungstabelle 217
  Herausforderungen des Kunden 212
  höhere Autorität 214
  letzter Einwand 221
  mündlicher 211
Abschlussfrage 206
  das Wohl des Kunden 226
  richtiger Zeitpunkt 209
Abschlusstechnik 323
  »Das ist im Budget nicht drin«-Abschluss 327
  »Die-besten-Dinge-im-Leben«-Abschluss 324
  »Ich wünschte, ich hätte …«-Abschluss 323
  »Käufer-Gewissensbiss«-Abschluss 326
  »Liebe, alte Mutter«-Abschluss 325
  »Misserfolgs«-Abschluss 325
  »Nein«-Abschluss 324
  »Produktivitäts«-Abschluss 323
  »Sie-sind-nicht-gut-genug«-Abschluss 327
  »Zehn-Mal-Mehr«-Abschluss 325
  nicht beherrschen 312
Abschlussversuch 206
ACT! 29, 108, 250
Adobe Flash 183
Aftershave 38
Akquise 35
Akquisition 35
Als-ob-Frage 173
Alte Wirtschaft 104
Alternativfrage 173, 207
Amazon 67
  Beispiel für Qualifizierung 257
Amway 168
Analyse 101
Anerkennung
  als Motivator 288
  aussprechen 156
Anfangsbetrag 87
Anfangsinvestition 86
Angst
  acht Arten 81
  Angst der Kunden abbauen 81
  durch andere ausgelöst 85
  überwinden 58
  vor dem Unbekannten 84
  vor dem Versagen 82
  vor der Technik 104
  vor der Wiederholung schlechter Erfahrungen 84
  vor Lügen 84
  vor Schulden 83
  vor Verkäufern 81
  zu scheitern
    als Demotivator 290
Anpassungsfähigkeit 105
Anti-Misserfolgsformel 295
Anzahlung 86
Arbeitsplan 320
Arbeitsplatz
  Ordnung 274
Assistent des Entscheidungsträgers 144
Aufgabe
  Notfälle 268
  relativ unwichtige 268
  vorrangige 266
  zweitrangige 267
Aufgabenkategorie 266
Aufmerksamkeit wecken 37
Aufnahmeperspektive
  bei Videokonferenzen 182
Aufrichtigkeit
  Mangel an Aufrichtigkeit 312
Ausland
  Verkaufen im Ausland 74
Äußere Erscheinung 61

B

BCC 123
Bedarfszyklus 128
Bedeutungsschwangere Pause 182
Bedürfnis des Kunden 67
Befähigungsmedium 255
Begeisterung 26, 285
Begriff des Verkaufens 25
Begrüßung 78, 151
  bei der Kontaktaufnahme 138
Bekanntheitsgrad
  eines Produkts 31
Beobachtung 101
Bestätigungsfrage 207
Besuch 87
Betrag 86
Bewusste Inkompetenz 57
Bewusste Kompetenz 59
Bibliotheken 117
Blickkontakt 150
Blind Carbon Copy 123
Blog 117
Botschaft
  an den Kunden anpassen 67
Branchenverband 258
Burn-out
  persönlichen Burn-out verhindern 257
  technischen Burn-out vermeiden 261

C

Cash, Johnny 32
CNN 98
Coca-Cola 31
Computer
  im Verkauf nutzen 103
  Rolle beim Verkaufen 29
CRM 29, 107
Customer Relation Mangagement 29, 107

D

Dank
  für Gespräch am Ende 142
  für Gespräch per Brief 142
  für Gesprächsbereitschaft 139
Danksagung 246
Dankschreiben 37, 43
Demotivator 289, 292
  Angst zu scheitern 290
  Selbstzweifel 290
  Verlust von Sicherheit 290
  Wandel 291

71392 | WILEY-VCH VERLAG | Hopkins | Erfolgreich verkaufen für Dummies SA
Page 330 08-Apr-21

Detail
missachten 313
DeuNeMea 115
Deutsches Verbände Forum 124
Direktwerbung 28
Rücklaufquote 28
Dominante Donna 73
Dreieck des Verkaufens 26
Drückermethode 27

E

Eckpfeiler des Verkaufens 26
Eindruck 38
Einfühlungsvermögen 217
Einmal-Abschluss 28
Einschätzen
Kunden 164
Einstellung 26
als Erfolgsfaktor 49
Einwand
von Umständen unterscheiden 194
Einwand 87
Einwandbehandlung 41, 191, 316
»Es ist zu teuer.« 222
ähnliche Situation zitieren 224
Antwort bestätigen lassen 202
bei Gruppenpräsentationen 200
Berechtigung anerkennen 198
durch Interessenten selbst entkräften lassen 198
beantworten 202
hinterfragen 201
wiederholen 201
niemals kleinreden! 199
umgehen 194
vorwegnehmen 195
Gebote und Verbote 198
indirekter Vergleich 224
Kosten kleinrechnen 222
Mehrwert erkennen helfen 195
Nicht streiten! 199
notorische Protestler 203
sechs einfache Schritte 199
Strategien 194
Übrigens ... 202
Wettbewerbsvorteile erwähnen 225
Zuhören 201
E-Mail 28, 109
als Art der Kontaktaufnahme 120
auf Empfänger achten 123
im Geschäftsleben 29
Kontaktanbahnung 29
rechtliche Vorschriften 30
E-Mail-Client 109
E-Mail-Marketing 28
E-Mail-Verzeichnis 258
Empathie 36, 217
Empfang 143
Empfangspersonal 121
Empfehlung 42, 227
Einfach fragen! 231
sieben Schritte zu bekommen 232
Empfehlungsquelle 227
andere Verkäufer 230
Familie und Freunde 229
Reden und Lehrveranstaltungen 231
Vernetzung 229
Wo finden? 228
zufriedene Kunden 229
Entscheidung
herbeiführen 317
Entscheidungsträger 167
erreichen 143
herausfinden 69
kreative Kontaktmethoden 144
mit Assistenten arbeiten 144
Erfolg 297
als Motivator 287
als Weg 302
Begriff 50
Erfolgsfaktor
Anpassungsfähigkeit 105
Einstellung 49
Flexibilität 105
Neugier 52
persönliches Interesse 49
Produktkenntnisse 95
Wissen 52
Erfolgsfaktoren des Verkaufens 26
Erfolgstagebuch 253
Erreichbar sein 109
Ersatzverkauf
bei abgelaufener Lebensdauer 126
Ersatzzyklus 127
Erster Eindruck 38, 145, 315
Erstkontakt. *siehe* Kontaktaufnahme
Erwartung 306
Essgewohnheit 80
Etikette 74
Abstand beim Gespräch 78
Begrüßung 78
bei Präsentationen im Ausland 79
Bücher 74
Essgewohnheiten 80
Geschenke 79
Gesprächstermine vereinbaren 76
Kleidung 80
Verhaltensregeln 75
Visitenkarten 77
Websites 75
Experte
als Informationsquellen 117
Expertenstatus
erarbeiten 102
Extras 245

F

Falsche
Schlussfolgerung 207
Fax 109
Feedback
negatives 293
Fehler
mit Fehlern umgehen 285
Fehlertoleranz 54
Feilschender Fritz 70
Fernpräsentation 182
Fernsehwerbung 31
Festlegungsfrage 172
Festlegungstechnik 172
Festnetz 109
Flexibilität 105
For Your Information 246
Fortbildung 52
Frage
Alternativfrage 207
Bestätigungsfrage 207
Heiße-Kartoffel-Technik 209
Reflexfrage 212
Fragetechnik 169
FYI 246

G

Gelbe Seiten 116
Geld
als Motivator 286
Geldbegriff 87
Geschäfts-E-Mail 29
Geschäftskontakt
als Empfehlungsquelle 122
Geschenk 79
Unternehmenspolitik 80
Gesetz der Erwartung 306

71392 | WILEY-VCH VERLAG | Hopkins | Erfolgreich verkaufen für Dummies SA
Page 331 08-Apr-21

Gesetz der großen Zahl 238
Gesprächstermin
  Tipps zur Vereinbarung 136
  vereinbaren 38, 76, 136
Glaubensbekenntnis des
  Könners 294
Goldene Regel 61
GoldMine 29, 108, 250
Grenzkontakt 241
Gruppenpräsentation
  Einwände behandeln 200

H

Händeschütteln 151
Handwerkskammer 115
Handy 109
Heiße-Kartoffel-Technik 208
Herausforderung 87
Herbalife 168
Hier und Jetzt 321
Hobby
  Unterschied zu
  einem Job 48
  Verkaufen 45
Höhere Autorität 214
Huckepack-Strategie 156
Humor
  durch Misserfolge
  entwickeln 293
Hundewelpen-Strategie 127

I

IHK 115
Image
  aufbauen 318
Industrie- und
  Handelskammer 115
Information
  Auf Qualität achten! 117
Informationsquelle 68, 101
  andere Verkäufer 124
  Bekannte 116
  Bibliotheken 68, 117
  Broschüren und
  Kataloge 68
  Empfangspersonal 121
  Experten 117
  Firmeneigene Listen 119
  Freunde 115
  Gelbe Seiten 116
  Geschäftsberichte 68
  Handwerkskammer 117
  Industrie- und
  Handelskammer 115
  PR-Agentur
  einschalten 118
  Sekretärinnen 121
  Verbraucherverbände 117
  Verkaufsliteratur 68
  Verwandte 115
  Websites 68
  Werbeagentur
  einschalten 118
  Zeitungen und
  Zeitschriften 68
Informationsquelle
  Kundenlisten 128
Informationssammlung 65
  Bedeutung 66
Inkompetenz
  bewusste 57
  unbewusste 56
Inspektor Columbo 160
Interesse an anderen 320
Interesse verkaufen 28
Interessent. *siehe auch*
  Potenzieller Kunde
  Wie finden? 121
Interessentensuche 35
Internet
  als Informationsquelle 257
  als Verkaufsmedium 30
  Branchenverbände 258
  E-Mail-Verzeichnisse 258
  Kontaktanbahnung 258
  Online-
  Telefonverzeichnisse 258
  PowerPoint-Präsentation
  übertragen 259
  Slide-Show
  übertragen 259
  Telecasting 259
  Telemarketing 260
  Verkaufen per
  Internet 255
  Webcasting 259
Investition 86

J

Ja-Moment 169
Jargon 88
Junk-Mail 28
JUWEL 166

K

Kaufabschluss 42
Kaufen 87
Käufertyp 69
  dominante Donna 73
  kontrollieren-
  der Konrad 73
  feilschender Fritz 70
  nörgelnder Norbert 71
  perfektionistische Paula 72
  tüchtige Therese 71
  unberechenbarer Ulrich 71
  verlässlicher Volker 70
  zynische Zarah 73
Kaufsignal 210
Kauftemperatur 206
Kleider machen Leute 146
Kleidung 80, 146
Kompetenz
  bewusste 59
  unbewusste 59
Kompliment machen 156
Konkurrenzanalyse und
  -beobachtung 101
Könner
  Glaubensbekenntnis 294
Kontakt
  vorqualifizierter 227
Kontaktadresse 36
Kontaktanbahnung 35, 113
  Ausgangspunkt 114
  Bedeutung 114
  den Kontaktraum
  nutzen 132
  Kundendienst nutzen 131
  mit Hilfe der Zeitung 129
  per E-Mail 29
  per Internet 258
  Reparaturabteilung
  nutzen 131
Kontaktauf-
  nahme 37, 135, 136
  Begrüßung 138, 151
  Blickkontakt 150
  Dank für das Gespräch
  am Ende 142
  Dank für das Gespräch
  per Brief 142
  Dank für
  Gesprächsbereitschaft 139
  Händeschütteln 151
  Lächeln 150
  Namensaustausch 152
  per E-Mail 120
  per persönlichem
  Kontakt 120
  Parfum 38
  per Telefon 138
  Schmuck 39
  Terminvereinbarung 141
  vier Arten 119
  Vorstellung 139
  Zweck des Anrufs 140
Kontaktmanagement-
  Software 107
Kontaktraum 132
Kontaktraum-Regel 132
Kontaktverwaltungssoft-
  ware 106 f.
Kontrollierender Konrad 73
Kontroverse
  vermeiden 157
Konversation machen 156
Körpersprache 31, 146, 162
  eigene 181
  Gesten 181
  wichtige Botschaften 180

Kosten 86
Kulturelle Eigenheit 74
Kulturelle Etikette 74
Kunde
  einschätzen 164
  Einwände behandeln 194
  im Ladenlokal ansprechen 153
  potenziellen suchen 114
  seine Signale lesen 154, 192
  Sprechgeschwindigkeit beachten 157
  von anderen Kunden erzählen 317
Kundenangst
  abbauen 81
Kundenbindung 241, 260
Kundendienst
  zur Kontaktanbahnung nutzen 131
Kundeneinschätzung 164
Kundenkontakt
  vernachlässigen 313
Kundenliste
  als Informationsquelle 128
Kundenpflege 241
  Danksagungen 249
  durch Geschenke 249
  Methoden 244
  nicht lästig werden 251
  per E-Mail 246
  per Post 245
  per Telefon 244
  systematisch betreiben 250
  Wann bei wem? 242
Kundenwerbung 122
Kurz vorbeikommen (als Ausdruck) 87
Kurzfristiges Ziel 299

L

Lächeln 150
Langfristiges Ziel 298
Lead 36, 227
  vorqualifiziertes 227
Leben mit Technik
  vereinfachen 105
Lebensdauer 126
Lernen
  als Anstrengung 54
  als Lebensaufgabe 52
  Fehler tolerieren 55
  mögliche Probleme 65
Lernkurve 56
Lernstufe
  bewusste Inkompetenz 57
  bewusste Kompetenz 59
  unbewusste Inkompetenz 56
  unbewusste Kompetenz 59
Lerntechnik 53
Liebhaberei 45

M

Mangel an Aufrichtigkeit 312
Markt
  natürlicher 115
Marktanalyse und -beobachtung 101
Marktforschung 101
Meinungsbildner 176
Mentor 117
Microsoft Office Live Meeting 260
Microsoft PowerPoint 106
Misserfolg
  als Gelegenheit, Humor zu entwickeln 293
  als Lernerfahrungen betrachten 292
  als negatives Feedback betrachten 293
  Anti-Misserfolgsformel 295
  überwinden 292
Missverständnis
  vermeiden 317
Mitgefühl 217, 320
Mittelfristiges Ziel 299
MLM 168
MMS 109
Mobiltelefon 109
Monatsrate 86
Motivation 285, 319
Motivator 286, 292
  Anerkennung 290
  Erfolg 288
  Geld 287
  Sicherheit 287
Multi-Level-Marketing 168
Mundpropaganga 256

N

Nachlässigkeit 313
Name 76
Namensaustausch 152
Natürlicher Markt 115
Negatives Feedback 293
Network-Marketing 168
Netzwerk-Marketing 168
Neue Wirtschaft 103
Neugier 52
Neukundenwerbung 35, 113
New Economy 103
Nonverbale Kommunikation 162
Nörgelnder Norbert 71
Notfall 268
Notizen 161
  Wiederholungsfragen vermeiden 168
Notorischer Protestler 203

O

Old Economy 103
One-Time-Close 27
Online-Präsentation
  Slides 182
Online-Präsenz 259
Online-Telefonverzeichnis 258
Opt-in-E-Mail-Liste 30, 115, 120

P

Papierkram meistern 267
Parfum 38
Pause
  bedeutungsschwangere Pausen 182
  bei Präsentationen 178
Perfektionistische Paula 72
Permanentes Lernen 321
Persönlicher Kontakt
  als Art der Kontaktaufnahme 120
Persönlicher Raum 78
Persönlicher Verkauf 31
Persönliches Interesse 49
Phasen
  des Verkaufs 35
Positive Lebenseinstellung 321
Postmaster Network 115
Potenzieller Kunde. *siehe* Interessent
  Wie finden? 121
PowerPoint 106, 182
  über das Internet 259
PR-Agentur 118
Präsentation 40, 175
  am Telefon 182
  an den Kunden anpassen 190
  Dauer 177
  die Kontrolle behalten 184
  durch Fragen vorantreiben 193
  Grundregeln 178
  in fremden Kulturen 79
  Meinungsbildner identifizieren 176

71392 | WILEY-VCH VERLAG | Hopkins | Erfolgreich verkaufen für Dummies SA
Page 333 08-Apr-21

mögliche
Stolpersteine 188
Pausentechnik 178
rechtzeitig
vorbereiten 190
Sprache des Kunden
sprechen 179
Sprechgeschwindigkeit
beachten 179
über das Internet 259
Visualisierung 184 ff.
Preis 86
Prinzip des vollende-
ten Kaufs 180
Priorität 271, 272
Problem 87
Produkt
als Star der Präsenta-
tion 182, 183
Bedarfszyklus 128
erforderliche
Kenntnisse 95
Lebensdauer 126
vorführen 187
Produktbeschreibung 98
Produktinformation 101
Quellen 102
Produktionsziel 298
Produktivität
und Zeitplanung 270
Produktivitätsziel 298
Produktkenntnis 26, 95,
98, 99, 100
Schulungen 98
Wo finden? 97
Professioneller Verkäufer 309
Prospecting 35
Provision 87
Prozess 25

Q

Qualifikation 164
Qualifikationsgespräch 40
Qualifizierung 39, 159, 316
Amazon als Beispiel 257

R

Radiowerbung 31
Rampenlicht meiden 161
Rapport 39, 41, 147
herstellen 155
Recherche 65
Rechtliche Vorschrift
für E-Mail 30
Referenzen 42
Referenz-System 228
Reflexfrage 212
Regionale Sitten und
Gebräuche 78
Relativ unwichtige
Aufgabe 268
Reparaturabteilung
zur Kontaktanbahnung
nutzen 131
Richtiger Zeitpunkt
für die Abschlussfrage 209
Rücklaufquote 28

S

Salesforce.com 108
Scheitern überwinden 292
Schmuck 39
Schnäppchen 87
Schuldgefühl 47
Schulung
Produktkenntnisse 98
Sekretärin 121
Selbstbewusstsein 320
Selbstbild 55
Selbstmanagement 265
Selbstmotivation 285
Selbstvertrauen 320
Selbstwertgefühl 289
Selbstzweifel
als Demotivator 290
Sicherheit
als Motivator 287
Sicherheitsverlust
als Demotivator 290
Siebel Systems 108
Slide-Show
über das Internet 259
SMS 109
SoftGuide 108
Spannung
abbauen 38, 163
Sprache
als Werkzeug des
Verkäufers 88
des Kunden sprechen 88
positive Bilder malen 91
Wortschatz erweitern 89
Sprechgeschwindigkeit
an den Kunden
anpassen 157
Star der Präsentation 182
Steckdose 188
Stetigkeit 317
Stolpersteine
bei Präsentationen 188
Störung
vermeiden 280
Stundensatz
eines Verkäufers 264
Suggestiv-Verkauf 180

T

Tagesplanung 271
Tageszeitung 256
Taktik
falsche
Schlussfolgerung 207
Taschenrechner 223
Technik
effizient einsetzen 30
Technische Hilfsmittel 103
Technischer Fortschritt
128
Technisches Gerät 109
Handy 109
Technisches Hilfsmittel
Kontaktverwal-
tungssoftware 106
PowerPoint 106
Teilziel 298
Teleauskunft 117
Telecasting 259
Telefon
Zeitverschwendung 275
Telemarketing 27
per Internet 260
Termin 87
Terminvereinbarung
bei der Kontaktaufnahme
141
Tonfall 163
Transaktion 87
Tüchtige Therese 71
Tupperware 168

U

Überleben 225
Übersetzungsproblem
beim Verkaufen 74
Überzeugungskünstler 319
Umfrage-Ansatz 140
Umstand
Begriff 194
im Gegensatz zu
Einwänden 194
Unberechenbarer Ulrich 71
Unbewusste
Inkompetenz 56
Unbewusste Kompetenz 59
Unterschreiben 88

V

Vereinbarung 88
Verkauf. *siehe* Verkaufen
Phasen 35
Verkaufen 25
Abschluss 205
als Hobby 45
als Liebhaberei 45
Bedeutung des
Computers 29

Begriff 25
Computer nutzen 103
Dreieck des Verkaufens 26
Eckpfeiler 26
Erfolgsfaktoren 26
Gesetz der großen Zahl 238
gezielt studieren 100
Hauptmethoden 27
im Alltag 32
im Ausland 74
im Einzelhandel 153
Körpersprache 31, 146
kulturelle Eigenheiten beachten 74
Motor des Lebens 25
per E-Mail 28
per Internet 255
Regionale Sitten und Gebräuche 78
Sprache als Werkzeug 88
Sprache des Kunden sprechen 88
Übersetzungsprobleme 74
Was verkaufen? 60
Verkaufen 86
Verkäufer
Kleidung 80, 146
professioneller 309
Stundensatz berechnen 264
Verkaufsart
Direktwerbung 28
E-Mail-Marketing 28
Persönlicher Verkauf 31
Telemarketing 27
Verkaufen per Internet 30
Verkaufsdreieck
Produktkenntnisse 95
Verkaufserfolg
und Zielsetzung 297
Verkaufsfähigkeit 32
Verkaufsfehler 309
Verkaufsgespräch 25
Verkaufsmethode
Verbesserungsmöglichkeiten 315
Verkaufspraxis 27
Verkaufsprozess 35
Verkaufssituation 32
Verkaufstechnik 27
Verkaufstrainer 309
Verkaufsvokabular
entwickeln 89
Verkaufsvorgang 25
Verlängerungskabel 188
Verlässlicher Volker 70
Vermutung 257
Vertrag 86
Vertrag mit sich selbst
abschließen 303
Vertrauen
aufbauen 39
erwecken und aufbauen 147, 155
gewinnen 81
Vertriebssoftware 107
Videokonferenz 182
Aufnahmeperspektive 182
Visitenkarte
überreichen 77
Visualisierung 184
Visuelles Hilfsmittel 185, 186
Voice-Mail 109
Vorauswahl 36
Vorbereitung 315
der Präsentation 40
Vorqualifizierter
Kontakt 227
Vorqualifiziertes Lead 227
Vorrangige Aufgabe 266
Vorstellung
bei der Kontaktaufnahme 139

W

Wandel
als Demotivator 291
begrüßen 105
Was habe ich davon? 165
WebCasting, Inc. 260, 261
Weblog 117
Weiterbildung 52
Weiterempfehlung 42
Werbespot 31
Werbung per Post 28
Wettbewerbsanalyse und -beobachtung 101
WHID 165
Wiederholungsfrage 168
Wiki 117
Wissen 52
Wohlfühlzone 54
Wort
falsches und geeignetes 85
Worte erzeugen Bilder 85
Wortschatz 89
Wortwahl 85
Verkaufschancen zerstören 311

Z

Zeit
eigenen Gebrauch der Zeit analysieren 269
für die Zeitplanung 266
investieren 263
Zeitfalle
aufschieben und verzögern 277
Dinge verlegen 276
Fahrzeiten vergeuden 278
lange Geschäftsessen 278
Nachlässigkeit beim ersten Mal 276
Termine nicht bestätigen 279
unproduktive Besprechungen 278
vermeiden 276
zu viel telefonieren 277
Zeitmanagement 265
Zeitplanung 263
Aufgabenkategorien 266
geeigneter Ort 273
Lebensbereiche ausgleichen 273
Prioritäten setzen 272
Produktivität 270
Protokoll führen 274
Puffer lassen 272
Störungen vermeiden 280
Zeitsurfen 269
Zeitung
als Mittel der Neukundenwerbung 129
Zeitverschwendung
Gründe 274
per Telefon 275
Ziel
Erreichung feiern 302
kurzfristiges 299
langfristiges 298
mittelfristiges 299
Produktionsziele 298
Produktivitätsziele 298
schriftlich planen 300
Teilziele 298
wie richtig setzen? 298
Zielgruppe
Wie erreichen? 116
Zielmarkt 36
Zielorientiertes Handeln 320
Zielsetzung 297
Ausgewogenheit 300
Zu Ihrer Information 246
Zufriedenheit
mit dem Job 46
Zuhören lernen 92
Zweck eines Anrufs
bei der Kontaktaufnahme 140
Zweitrangige Aufgabe 267
Zynische Zarah 73