

Professionelle Vertriebspower im Maschinen- und Anlagenbau

So stärken Sie sich und Ihre Mitarbeiter für den persönlichen Kundenkontakt

Bearbeitet von
Caroline Krause

1. Aufl. 2013 2012. Taschenbuch. xiii, 138 S. Paperback

ISBN 978 3 8349 3578 6

Format (B x L): 16,8 x 24 cm

[Wirtschaft > Fertigungsindustrie](#)

schnell und portofrei erhältlich bei



Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Inhaltsverzeichnis

1	Vertrauen schaffen durch persönliche Kommunikation	1
1.1	Facebook und Co. – Wie wir heute kommunizieren	1
1.2	Die Bedeutung des Vertriebes	3
1.3	Stärken und Schwächen analysieren	3
2	Persönlichkeit und Kompetenz sichtbar machen	7
3	Telefonieren wie ein Profi	11
3.1	Die Vorbereitung der Kaltakquise	15
3.2	Die richtigen Antworten auf Kundeneinwände	17
4	Die professionelle Projektvorbereitung	21
4.1	Kurz und kompakt in 11 Schritten	22
4.2	Professionelle Kundenrecherche	39
4.3	Effiziente Auswertung der Akquisiteliste	48
5	Das 1×1 der kundenorientierten Ansprache	53
5.1	Der optimale Einstieg in die Kaltakquise	57
5.2	Das kundenindividuelle Anschreiben	63
5.3	Die Terminierung	64
6	Was bei Präsentationen wichtig ist	73
6.1	Persönlichkeitsprofile und Verkaufsstrategien	74
6.2	Wirkung optimieren im Verkaufsgespräch	78
6.3	Die Signale von Gesprächspartnern entschlüsseln	80
6.4	Nützliche Tipps für eine fesselnde Präsentation	81
7	Die systematische Vortragsvorbereitung	85
7.1	Smalltalk – der Gesprächsaufhänger für die erste Kontaktphase	85
7.2	Leitfaden für einen erfolgreichen Präsentationsablauf	87
7.3	Gestaltung mit PowerPoint	88
7.4	Effiziente Terminnachbereitung	91
8	Das kundenindividuelle Angebot	95

9 Angebote systematisch nachfassen	97
9.1 Die häufigsten Fehler beim Nachfassen.....	97
9.2 Warum sollte der Kunde bei Ihnen kaufen?	98
9.3 Kundenindividuelle Nutzenvorteile betonen	101
9.4 Souverän im Preisgespräch	102
10 After-Sales-Management.....	105
11 Vertriebspower durch individuelles Zeitmanagement	109
11.1 Proaktivität – Ich will.....	109
11.2 Das Pareto-Prinzip auf dem Weg zur Effektivität	111
11.3 „Wichtig“ oder „dringend“?	113
11.4 Zeitfresser erkennen und vermeiden.....	113
11.5 Prioritäten richtig setzen	118
11.6 Erfolgreich planen	122
11.7 Schritt für Schritt zum großen Ziel	127
Schlusswort	129
Glossar	131
Literatur	137