

Nichts ist spannender als Verkaufen

So steigern Sie Ihren Verkaufserfolg! Geballtes Wissen aus 30 Jahren Erfahrung

von
Dr. Harald Messner

1. Auflage 2012

Linde Verlag Wien 2012

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de
ISBN 978 3 7093 0374 0

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	9
Einleitung	11
Nichts ist spannender als Verkaufen!	13
Jeder verkauft ständig	15
Was bedeutet Verkaufen	17
Das ganze Unternehmen ist Verkauf	18
Das beste Produkt ist nur so gut, wie es verkauft wird	19
Emotionale Intelligenz als Erfolgsfaktor	21
Verkäufer machen Unternehmenserfolge	23
Der neue Verkäufer	25
Der Handel schätzt Außendienstbetreuung	27
Anforderungen an Verkäufer der Gegenwart	28
Was Einkäufer von Verkäufern erwarten	30
Der Verdrängungswettbewerb wird härter	31
Neue Anforderungen im Verkauf	32
Verkaufsprofis benötigen auch Fachwissen	33
Störenfried Kunde – Häufige Praxis	35
Ergebnisse einer Marktstudie zum Kundenservice	38
Das Ansehen des Verkäuferberufs	38
Es geht auch kundenfreundlich	40
Service am Kunden lohnt sich	42
Was zeichnet den leistungsfähigen Kundendienst aus?	44
Der Kunde steht im Mittelpunkt	45
Kunden vergessen Gesprächsinhalte	46
Der neue Kunde	48
Aktive Verkäufer haben gute Kunden	51
Nr.-1-Verkäufer geben ihr Bestes	53
Spitzenleistungen verkaufen	57
Schriftliche Angebote verkaufen nicht	58
Kundenorientiertheit leben	61
Kundenorientierung als Wunschdenken	62
Unsere Kunden sind unsere Arbeitgeber	64
Beziehungspflege sichert Markpositionen	65
Kundenorientierung statt Produktorientierung	68
Engagement lohnt sich	71
Kunden müssen keine Prüfung bestehen	73
Die richtige Einstellung entscheidet	74
Keine Tricks!	75
Kunden kaufen keine Produkte	77
Die Kunst des Übersetzens	79
Gefühle entscheiden über Erfolge	81

Gehirnforschung und Emotionen	82
Kaufentscheidungen verstehen	83
Der Kunde als psychologisches Wesen	85
Der Verstand denkt – das Gefühl lenkt	87
Der Urmensch als Erfolgstöter	91
Gewinnen, ohne zu besiegen	93
Die Schuhe des Kunden anziehen	97
Jeder Kunde ist anders	98
Verkaufen in fremden Kulturen	100
Gut geplant ist halb verkauft	104
Verkaufsgespräche richtig aufbauen	106
Verkaufsgespräche positiv eröffnen	108
Aufwärmen ist wichtig	110
Analysieren, anstatt anzunehmen	111
Gute Analysen sind erfolgsentscheidend	114
Den Kunden mitwirken lassen	114
Kommunikation auf zwei Ebenen	116
Gute Kommunikation ist alles	117
Signale hören	120
Die Sprache des Kunden sprechen	122
Die Wellenlänge muss stimmen	123
Positive Gesprächsverstärker	124
Den Kunden sprechen lassen	126
Den Kunden öffnen	127
Fragen stellen – ein Schlüssel zum Erfolg	128
Die Stärke liegt im Zuhören	131
Der Kunde hört nicht zu	133
Lächeln hilft verkaufen	135
Mehr lächeln – leichter verkaufen	136
Fröhliche Menschen sind erfolgreicher	137
Die Wirkung von Gesichtern auf die Wahrnehmung von Persönlichkeit	137
Blickkontakt verstärkt die Kommunikation	138
Überlegene Gesprächsführung durch Notizen	139
Das schönste Wort	142
Sympathie gewinnen	143
Aussehen erzeugt Ansehen	144
Auf die richtige Distanz kommt es an	145
Bilder im Kopf des Kunden	147
Verkaufsgeschichten beflügeln die Fantasie	149
Kunden kaufen Einmaligkeit	150
Mit Alleinstellungsvorteilen verkaufen	151
Das Handwerkzeug des Verkäufers	153
Produktvorteile überzeugend demonstrieren	157

Kaufsignale erkennen und abschließen	159
Dem Kunden nichts ausreden	160
Heute und jetzt abschließen	164
Ohne Hemmungen abschließen	166
Zusatzverkäufe tätigen	167
Kaufwiderstände begrüßen	169
Einstellung zu Kaufwiderständen	171
Erfolgreiches Verhalten bei Kaufwiderständen	172
Verkaufen ohne Druck	174
Kunden und Kaufentscheider	175
Wer billig kauft, kauft meistens teuer	178
Preisängste gefährden Unternehmenserfolge	181
Preisorientiert kaufende Kunden	184
Der Preis ist es nicht: Hoher Preis ist egal	187
Der Preis entscheidet nicht über eine Stammkundenbindung im Handel	189
Die Gefahr zu niedriger Preise	191
Was bedeutet schon teuer?	193
Preissegmente	195
Höhere Preise sind lebenswichtig	196
Erfolg bei überdurchschnittlich hohen Preisen	200
Höhere Preise müssen verkauft werden	201
Wie man höhere Preise verkauft	204
Preisnachlässe und Rabatte	209
Schlechte Verkäufer vernichten Gewinne	210
Analyse nach Verkaufsgesprächen	213
Unzufriedene Kunden	215
Die häufigsten Fehler für Kundenunzufriedenheit	216
Keine faulen Ausreden	218
Reklamationen bieten Verkaufschancen	219
Verhalten bei Kundenbeschwerden und Reklamationen	220
Erfolgsphilosophie der Nr.-1-Verkäufer	222
Positives Denken macht erfolgreicher	223
Negatives Denken verhindert Verkaufserfolge	226
Positives Denken üben	229
Umwelt und Kunden sind unser Spiegelbild	229
Positive Gesprächsführung ist wichtig	232
Die Wichtigkeit positiven Sprechens	233
Feindbilder verhindern und Freundbilder aufbauen	234
Die Wahl der Worte ist entscheidend	238
Positive Gefühle investieren	239
Negative Vorurteile verhindern den Verkaufserfolg (Kunden beurteilen, anstatt zu verurteilen)	240
Wie entstehen negative Vorurteile	241

Verkaufen ohne Vorurteile	245
Wertschätzung für den Kunden	248
Den Kunden anerkennen, loben, bewundern – positive Motivation für den Kunden	250
Freundlichkeit macht sich bezahlt	252
Motivation zur Freundlichkeit	255
Vermeidbare Fehler in Verkaufsgesprächen	256
Verhalten und Verkaufen am Telefon	258
Aus einem Fehlschlag wird ein großer Verkaufserfolg	259
Eigenmotivation und Verkaufserfolg	261
Verkaufserfolg durch Begeisterung	263
Literatur	267
Dr. Harald Messner – Verkaufs- und Managementtrainer	269