

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Schritt 1	
Planen Sie Ihre persönliche Verkaufsstrategie	9
Die besten Kunden finden	11
Verkaufen an Entscheider	16
Kundenwerte kreieren	23
<i>Zusammenfassung</i>	32
Schritt 2	
Managen Sie Ihre Kundenkontakte	35
Identifizieren Sie die richtigen Gesprächspartner	35
Wie Sie einen Gesprächstermin erhalten	44
Bereiten Sie sich auf das Gespräch vor	50
Der erste Eindruck	55
Wie Sie den Gesprächsbeginn finden	59
Überzeugen durch persönlichkeitsorientiertes Verhalten	63
<i>Zusammenfassung</i>	83
Schritt 3	
Entdecken Sie Probleme, und wecken Sie Bedürfnisse	87
Finden Sie die Bedürfnisse des Kunden heraus	88
Verstärken Sie das Kaufbedürfnis des Kunden	91
Wie Sie OPAL-Fragen anwenden	96
Erst zuhören, dann reden	100
<i>Zusammenfassung</i>	108
Schritt 4	
Entwickeln Sie gemeinsam mit dem Kunden Problemlösungen	111
Der Kaufprozess aus der Sicht des Kunden	111
Effektive Demonstration von Produkten	119
30 Tipps, um in Präsentationen zu überzeugen	125
<i>Zusammenfassung</i>	132

Schritt 5	
Suchen Sie den Abschluss zum fairen Preis	135
Der Weg zum Kaufabschluss	136
Wie Sie auf Einwände antworten	138
Preise und Konditionen verhandeln	144
Wie Sie Ihre Interessen schützen	149
Der Prozess des Verhandelns	156
<i>Zusammenfassung</i>	170
Schritt 6	
Kümmern Sie sich um die Loyalität Ihrer Kunden	173
Wie Sie für die Kundenzufriedenheit nach dem Auftrag sorgen	174
Ein System zur Sicherung der Kundenzufriedenheit	176
Eröffnen Sie für jeden Kunden ein Konto der Emotionen	180
<i>Zusammenfassung</i>	181
Schritt 7	
Entwicklen Sie Ihre Key Accounts	183
Planen statt Durchwursteln	185
Entwickeln von Key Accounts	190
Strategien zur Entwicklung von Key Accounts	193
Sponsoren und Antisponsoren	198
Verkaufen an der Spitze	199
Investitionen für die Zukunft	202
<i>Zusammenfassung</i>	203
Anhang	
Anhang 1: Fallstudie: Kundenorientiertes Verkaufen	205
Anhang 2: Wie Social Media den Vertrieb verändern	235
Anmerkungen	241
Weiterführende Literatur	242
Stichwortverzeichnis	243
Der Autor	245

Kundenorientiert verkaufen im Technischen Vertrieb
Erfolgreiches Beziehungsmanagement im
Business-to-Business

Rentzsch, H.-P.

2013, VIII, 237 S., Softcover

ISBN: 978-3-8349-4282-1