
Inhaltsverzeichnis

- 1 Ein neues Sales-Modell: Emotion Selling** 1
 - 1.1 Erfolgsstorys 1
 - 1.2 Was ist Emotion Selling? 2
 - 1.3 Anwendungsbereiche von Emotion Selling 5

- 2 Wie Kaufentscheidungen fallen: Der Weg eines Wortes durch den Kopf von Kunden** 11
 - 2.1 Das neuronale Netzwerk 12
 - 2.2 Die sieben Phasen der Kaufentscheidung: Das Nucleus-Modell 15
 - 2.3 Phase 1: Blitzschnelle Datenverarbeitung: Die Wahrnehmung 16
 - 2.4 Phase 2: Die mentale Suchmaschine: Neuroassoziation oder das Google-Prinzip 18
 - 2.5 Phase 3: Der wichtigste Bewertungsmechanismus: Die Emotionen 22
 - 2.6 Phase 4: Der zweite Bewertungsmechanismus: Das Denken 43
 - 2.7 Phase 5: Wenn Wörter Stress machen: Die Körperreaktion 45
 - 2.8 Phase 6: Wie sich Verkäufer für immer in den Kopf von Kunden einbrennen: Speichern, Lernen und Konditionieren 54
 - 2.9 Phase 7: Belohnung für das gute Gefühl: Die Kaufentscheidung 58

- 3 Messbar besser verkaufen: Emotionen erkennen, analysieren und steuern** 59
 - 3.1 Das Emotionsmodell 59
 - 3.2 Die wichtigsten emotionalen Motive: Die „Könige“ im Kopf des Kunden 61
 - 3.3 Schlussfolgerungen und Prinzipien für Emotion Selling 75
 - 3.4 Die Bilanz der Kunden: Wie bewertet und entscheidet der Kunde? 76
 - 3.5 Zusammenfassung: Die wahre Macht der Kommunikation und der Emotionen 78

4	Kleine Gesten: Die Wirkung von Körpersprache im Verkauf besser verstehen und steuern	81
4.1	Neue Erkenntnisse der Neurokommunikation und der Neurowissenschaft	81
4.2	Die Entdeckung der wahren Wirkung von Körpersprache	84
5	Wann sind Verkaufsgespräche wirklich gut?	93
5.1	Bessere Kundenzentrierung, höhere Performance – den Verkaufsstil analysieren und optimieren	93
5.2	Die sechs positiven und negativen Kommunikationsmuster in der Übersicht	95
5.3	Systematisch zum Ziel: Die sechs Phasen des Verkaufsgesprächs mit Emotion Selling verbessern	119
5.4	Höhere Preise überzeugend argumentieren	139
5.5	Storytelling: wie Geschichten uns beeinflussen und verkaufen	142
6	Zusammenfassung und eine Erfolgsgeschichte zum Schluss	147
6.1	Die 7 wichtigsten Prinzipien des Emotion Selling	147
6.2	Eine Erfolgsgeschichte – oder: Der Tag, an dem der Kunde zum Fan wurde	150
	Weiterführende Literatur	159
	Sachverzeichnis	163

Emotion Selling

Messbar mehr verkaufen durch neue Erkenntnisse der
Neurokommunikation

Bittner, G.; Schwarz, E.

2015, XIII, 165 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-04824-2