
Inhaltsverzeichnis

Teil I Schritte zu Ihrem Vertriebs Erfolg

1 Wie Sie Ihren Vertrieb sehen sollten, um Erfolge zu steigern	3
Vertrieb sagen, Bedarfsdeckung meinen	3
Gewinnen oder nur nicht verlieren	4
Kästchendenken in der Praxis	5
Nur Profis sorgen für Profit	6
2 Wie Sie Ihren Kunden zeigen, dass Sie Experte sind	9
Sich als Lösungsfinder positionieren	9
Was bieten Sie, was Wettbewerber nicht bieten?	10
Interview mit Dietrich Eberhardt, Kaeser Kompressoren GmbH, Coburg	12
3 Wie Sie Ihre Vertriebsziele richtig stecken	15
Nicht nur der Umsatz zählt	15
Vertriebsziele weder über- noch unterschätzen	16
4 Wie Sie neue Kunden finden und qualifizieren	19
Werden Sie zum „Rosinen-Picker“	19
Wiederholungskäufe sind Gold wert	21
Verkauf und Zufallsverkauf unterscheiden	21
Von national zu international	23
Nicht alles ist von Erfolg gekrönt	24
Interview mit Claus Bornhorst, Rheinmetall Defence Electronics GmbH, Bremen	25
Exkurs: Social-Media-Plattformen im Technischen	
Vertrieb – Gastbeitrag von Professor Dr. Michael Cey	27
5 Wie Sie Einwände aushebeln und Kunden zähmen	35
Rezepte gegen Einwände	35
Einwände und Ausreden unterscheiden	38

6	Wie Sie Kunden per Telefon akquirieren (oder akquirieren lassen)	41
	Durch Fleiß das mangelnde Talent kompensieren	41
	Ein roter Faden für die Praxis	42
	Kunden möchten mit Entscheidern reden	43
	Professionalität zahlt sich aus	46
	Wie Sie Ihre Abschlussrate weiterbringt	46
	Noch besser telefonieren	47
7	Wie Sie Kunden auf Messen akquirieren	49
	Fokus auf den Messebesucher legen	49
	Messen gehen ins Geld	50
	Machen Sie den Stand-Test	50
	Kann ich Ihnen helfen? – Nein!	51
	Redepause: Was Sie erzählen, wissen Sie doch bereits	54
	Besuchsbericht: Mehr als nur Pflicht	55
	Und wie geht es weiter? – Ich rufe Sie an!	56
8	Wie Sie Ihre Bedarfsanalyse optimieren	57
	Finden Sie den roten Knopf Ihres Kunden	57
	Die Zeiten ändern sich, der Bedarf auch	58
	Was Sie interessiert, interessiert nicht unbedingt den Kunden	60
	Interview mit Rainer Hoffmann, Carhs GmbH, Alzenau	62
9	Wie Sie das kundenseitige Entscheidungsgefüge knacken	65
	Einen kennt man, aber viele entscheiden	65
	Wer mischt nur mit und wer entscheidet?	67
	Häuptlinge sprechen nicht mit Indianern	68
10	Wie Sie Anfragen selektieren, die Erfolge versprechen	71
	Erst prüfen, dann anbieten	71
	Bid oder No-Bid – ein Angebots-Report bringt Transparenz	71
11	Wie Sie Ihre Angebote verbessern	75
	Die Basis des Angebots schaffen	75
	Angebotsformen festlegen	77
	Einzelleistungen im Angebot hervorheben	79
	Das Anschreiben muss Lust auf das Angebot machen	81
	Was Ihnen eine Auftragsverlustanalyse bringt	82
	Wie Sie interne Abläufe in der Angebotsphase optimieren	84
	Interview mit Thomas Johnsen, encoway GmbH, Bremen	85
12	Wie Sie Präsentationen „entkrampfen“	89
	PowerPoint-Karaoke kommt selten an	89
	Reißen Sie Ihre Kunden mit	90
	Wie Sie Ihre Fachkompetenz noch sichtbarer machen	92

13 Wie Sie hohe Preise durchsetzen	95
Schaffen Sie eine Erfolgsbasis	95
Kunden kaufen Nutzen und keine Produkte	97
Klassiker Nr. 1: Am Preis müssen Sie noch was machen	98
Jeder Nachlass wirkt sich fatal auf Ihren Gewinn aus	100
Was neben dem Preis noch zählt	100
Preis drücken: So reagieren Sie richtig	101
Hohe Preise müssen Sie begründen	103
Legen Sie immer den nächsten Schritt fest	104
14 Wie Sie Ihre bestehenden Kunden binden	107
Vom Newsletter zum News-Flash	107
Informationsgehalt rauf, Werbung runter	109
Kundenevents gezielt einsetzen	110
15 Wie Sie Ihre Vertriebskompetenz erweitern	115
Kontinuierlich besser werden	115
Die richtigen Maßnahmen treffen	115
Das Training	116
Der Workshop	116
Das Expertencoaching	117
Der Vortrag	117
Den optimalen Experten finden	117
Teil II Umsetzung in der Praxis	
16 Unter vier Augen: Interviews mit renommierten Experten des Technischen Vertriebs	121
Verbesserungen umsetzen, jetzt!	135
Schlusswort	137
Der Autor	139
Weiterführende Literatur	141

Mehr Erfolg im Technischen Vertrieb

15 Schritte, die Sie voranbringen

Preußners, D.

2015, XIII, 141 S. 12 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-05065-8