
Inhaltsverzeichnis

1	Die DNA des Verkaufs	1
1.1	Drei Verkäufer-Typen	1
1.1.1	Der Vermeider	1
1.1.2	Der Fachkompetente	4
1.1.3	Der Meta-Verkäufer	5
1.2	Aufbau der Beziehung zwischen Verkäufer und Kunde	7
1.2.1	Die Macht des <i>Ersten Eindrucks</i>	8
1.2.2	Individuelle Ansprache und Wertschätzung	12
1.3	Die 7 Phasen des Verkaufsgesprächs	14
1.3.1	Das „Hallo erstmal...“ im Verkauf	17
1.3.2	Vertrauen aufbauen	25
1.3.3	Der Kaufabsichts-Check	31
1.3.4	Die Einwandbehandlung	33
1.3.5	Wünsche und Träume: die Bedarfsermittlung	37
1.3.6	Der Kaufabschluss	40
1.3.7	Die Begeisterungsdimension: Zusatznutzen	42
1.4	Wie Sie auf die Überholspur kommen	42
1.4.1	Mut	43
1.4.2	Selbstbewusstsein	46
1.4.3	Positive Voraussetzungen!	51
1.4.4	Selbstreflektion	52
1.4.5	Willenskraft	57
	Literatur	60
2	Persönlichkeitsentwicklung	61
2.1	Leidenschaft	65
2.2	Kommunikation	68

2.2.1	Die nonverbale Kommunikation	68
2.2.2	Die verbale Kommunikation	69
2.2.3	Die Wahrnehmung	71
2.3	Reiz und Reaktion	73
2.4	Die 7 Meta-Programme für den Verkauf	79
2.4.1	Meta-Programm 1	83
2.4.2	Meta-Programm 2	87
2.4.3	Meta-Programm 3	91
2.4.4	Meta-Programm 4	95
2.4.5	Meta-Programm 5	100
2.4.6	Meta-Programm 6	105
2.4.7	Meta-Programm 7	107
2.5	Erfolg und Entwicklung	111
2.5.1	Der Powertreibstoff in Ihnen	111
2.5.2	Mit Herzblut zum Erfolg	114
2.6	Die Denkweise der Meta-Verkäufer	117
2.6.1	Wenn Kunden zu Freunden werden	117
2.6.2	Chancen, keine Risiken	119
2.6.3	Positionierung: Experte werden	120
2.6.4	Beeinflussung und Manipulation	122
2.6.5	Von Kern und Schale	123
2.7	Der Überblick: Informationsbeschaffung	125
	Literatur	126
3	Die Ich-Marke	127
3.1	Die eigenen Glaubenssätze	127
3.1.1	Wie Sie die Einstellung zu Erfolg verbessern	132
3.1.2	Negative, einschränkende Glaubenssätze verändern	134
3.2	Die eigenen Meta-Programme	136
3.2.1	Die drei Meta-Phasen des Verkaufsgespräch	140
3.2.2	Meta-Übungen	143
3.3	Authentizität	143
3.4	Der eigene Stil	145
3.5	Die Marktanalyse	147
3.5.1	Wer ist mein Kunde?	148
3.5.2	Wer ist mein/unser Wettbewerber?	148
3.6	Zusatz-Strategien	149
3.6.1	Kundenkartei	149
3.6.2	Emotional Selling	150

3.6.3	Storytelling	152
3.6.4	Lernen durch Unterstützung	153
4	Die Macht der Effektivität	157
4.1	Ziele als Beschleuniger für Motivation und Erfolg	157
4.2	Die Effektivität im Verkauf	159
4.2.1	Analyse: Der „normale“ Tagesablauf	161
4.2.2	Hindernisse und Blockaden erkennen	162
4.2.3	Disziplin	164
4.2.4	Das Pareto-Prinzip	165
4.3	Die 7 Wege zur Selbstmotivation	165
4.3.1	Ziele formulieren	168
4.3.2	Meilensteine Setzen – kleine Ziele möglich machen	169
4.3.3	Deadlines	169
4.3.4	Belohnungen	170
4.3.5	Emotionen und der Idealzustand	170
4.3.6	Am Anfang schon das Ende sehen	171
4.3.7	Erfolgsjournal schreiben	173
4.4	Wie Sie die Komfortzone verlassen	174
	Literatur	177
	Weiterführende Literatur und Links	179
	Auf ein Nachwort: FAQ Fragen, die mir immer wieder gestellt werden:	181
	Schlusswort	183

Kunden gewinnen mit Meta-Selling
So steigern Sie Ihre Abschlussquote radikal
Lörsch, Th.W.
2015, XIX, 184 S. 9 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-06963-6