

Inhaltsverzeichnis

Warum ein Buch zum Thema „Sozialakquise“?	1
Bei der Partnersuche verkaufe ich mich doch nicht! Oder?	2
Gibt es auch Unterschiede?	4
Los geht's! Die fünf Bausteine erfolgreicher Sozialakquise	6
 1. Baustein: Einstellung	9
Bedeutung der Einstellung: Aus mental wird real!	10
„Man sollte mal ...“	12
„Ich muss heute noch ...“	14
„Ich habe einfach (kein) Glück!“	16
„Ringe nie mit einem Schwein ...“	18
„Hast du einen, kriegst du alle. Hast du keinen, kriegst du keinen.“	20
Keiner kauft dich aus Mitleid!	22
Der Versuch macht schon Spaß!	24
„Fremde sind Freunde ...“	26
„Willst du mein Freund sein?“	28
Im schlimmsten Fall passiert ... nichts!	30
„Schmerz gehört zum Leben. Ärgern für mich nicht!“	32
Bist du Opfer oder Täter?	34
Entdecke dich selbst!	36
Was ist deine Motivation?	38
Du bist wie ein Muskel!	40
„Morgen gibt's Freibier!“	42
Keine Ausreden mehr!	44

Raus aus der Komfortzone!	46
Traumpartner suchen oder selbst einer werden?	48
 2. Baustein: Strategie	 51
Wer schießt und danach die Zielscheibe drum herum malt, trifft immer ins Schwarze!	52
Bevor du weißt, wen du willst, musst du wissen, was du willst!	54
Was heißt Erfolg in der Akquise?	56
Die Selbstanamnese	58
Stärken stärken, Schwächen organisieren und gut verpacken	60
Was sind deine Zielmärkte?	62
Aus der Vergangenheit für die Zukunft lernen	64
Tummele dich nicht in der Mitte!	66
One size fits all?	68
Push- oder Pull-Strategie: Wer macht den ersten Schritt?	70
Verknappung schafft Bedarf	72
Mehr vom Gleichen als erste Problemlösungsstrategie?	74
 3. Baustein: Prozesse	 77
Welches Jahr haben wir doch gleich?	78
Sei kein Kommissar!	80
Kontakte bringen Kontrakte	82
Step by step	84
Keine Macht dem Zufall!	86
Wichtig oder dringend?	88
Halte deinen Verkaufstrichter immer gefüllt!	90
Dranbleiben!	92
Erstelle Alternativangebote!	94
Keine Zeit? So geht's!	96
Ablenkung lauert an jeder Ecke	98
Sprint and break!	100

Während die Schlaunen beraten, stürmen die Dummen die Burg	102
4. Baustein: Methoden	105
Schaffe Gelegenheiten!	106
Welche Methode entspricht deinen Stärken?	108
Sei kreativer als der Wettbewerb!	110
Welches Hobby teilt Ihr?	112
Huckepack	114
Einfach jemanden ansprechen? Das kann man doch nicht machen!	116
Es gibt keinen Zufall – nur Schicksal!	118
Mach es dem anderen leicht, dich anzusprechen!	120
Empfehlungsgeschäft – Gleiche kennen Gleiche	122
Starke Marken haben starke Geschichten	124
Trojaner	126
Kleine Geschenke schaffen Freundschaft	128
Telefon – nur Mut!	130
Messen sind Kontaktbörsen	132
Kontaktanzeigen – kein alter Hut!	134
Social Media – nutze das Netz!	136
E-Mail – der Brief des neuen Jahrtausends	138
Was kannst du sonst noch tun? – Befrage den Date Doktor oder Verkaufstrainer!	140
5. Baustein: Verkaufsgesprächsführung	143
Der Moment der Wahrheit	144
Die Gesprächslandkarte	146
Kleider machen Leute!	148
Den Gesprächspartner scannen	150
Den Wettbewerb unter die Lupe nehmen	152
Das Produkt prüfen	154
Die vier A der Verkaufsgesprächsführung	156
Keine zweite Chance für den ersten Eindruck!	158

Die drei Stufen des Ansprechens	160
Angenehm anders als alle anderen aktiv ansprechen	162
Selbstbewusst auftreten	164
Erst gewinnst du einen Menschen und dann einen Partner	166
Die LMAA-Formel	168
Interesse bestimmt Wahrnehmung	170
„Du bist gerade der wichtigste Mensch in meinem Leben!“	172
„Schau mir in die Augen, Kleines!“	174
Das Beziehungskonto	176
Pacen & Leaden	178
Die drei goldenen Regeln des Small Talks	180
Entschlüsse und benutze die Codes!	182
Bei der (Sozial-)Akquise ehrlich sein?	184
Willst du Recht haben oder glücklich leben?	186
Problem- oder lösungsorientierter Einstieg?	188
Kleine Wörtchen – große Wirkung	190
Sei ein Musterbrecher!	192
Schaffe gemeinsame Erlebnisse!	194
Aufhänger machen es leichter!	196
Die Meinungsfrage	198
Die Handy-Methode	200
Einbinden und beschäftigen	202
Wende die „Hm-Technik“ an!	204
Verkaufen oder kaufen lassen?	206
Anmachen und stehen lassen	208
Der Schamane	210
Berührungen sind Magie!	212
Der Köder soll dem Fisch schmecken, nicht dem Angler!	214
Trainiere!	216
Von Casanova lernen	218
Keine Angst vorm Fragen!	220
Die vier Top-Gründe für die Bedarfsanalyse	222
Informationsgewinnung	224
Die Gefühlsebene ansprechen	226
Leidensdruck herausfinden und entwickeln	228
Das Zeitmanagement im Auge behalten	230

Welcher Nutzen wird gekauft?	232
Verkaufen oder ausbilden?	234
Einwandbehandlung	236
Notfalls zurück zur Bedarfsanalyse	238
Abschluss als logische Konsequenz	240
Timing	242
Der Vorabschluss	244
Spiel nicht den Unnahbaren!	246
Trau dich!	248
Quatschabschluss	250
Zu dir oder zu mir?	252
Reflektiere!	254
Wissen ist Macht!	256
 Die zehn größten Fehler bei der (Sozial-)Akquise	 259
Fehler Nr. 1: „Mein Haus, mein Auto, mein Boot!“	260
Fehler Nr. 2: Einsam allein	262
Fehler Nr. 3: Verhör oder Monolog	264
Fehler Nr. 4: Langweilen	266
Fehler Nr. 5: „Sorry, hab’ keinen Parkplatz gefunden!“	268
Fehler Nr. 6: Lästern	270
Fehler Nr. 7: Unten angreifen	272
Fehler Nr. 8: Sich von äußeren Umständen abhängig machen	274
Fehler Nr. 9: Verführen ohne führen zu wollen	276
Fehler Nr. 10: Nur ans Geld denken	278
 Und jetzt?	 281
Kennen – Können – Beherrschen	282

Single sucht Frosch

So verkaufen Sie sich richtig - 120 Tipps für den
perfekten Flirt

Löser, J.; Wirkus, S.

2016, XIV, 283 S. 136 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-11240-0