

Inhaltsverzeichnis

Schön, dass dich dieses Buch gefunden hat! 13

So kannst du jedes Problem lösen 17

Teil 1: Das Fundament: Wer hier schludert, scheitert! 25

Kapitel 1: Deshalb wird es den Standard-Verkäufer bald nicht mehr geben 27

Dein Business-Navi. 28

Warum »Umsatz und Gewinn« als Ziel alleine nicht funktionieren 30

Große Haie, kleine Fische: Mit welchem inneren Bild gehst du zum Kunden? 31

Wenn andere uns auf das falsche Ziel triggern 32

Wahre Ziele versus falsche Ziele. 33

Lass dich und deine Mitarbeiter und Kollegen über sich hinauswachsen. 36

Warum viele Unternehmen an dieser Stelle viel Geld verlieren . 37

Dein persönlicher IST-Zustand: Wer bist du als Mensch und Unternehmen? 41

Was ist dein Ziel? 43

Mach dein Ziel so groß, dass auch andere davon profitieren . . 46

Kapitel 2: Wie entscheiden wir beim Kauf und warum scheitern Verkäufer daran?	49
Bewusst und unbewusst: Das Modell des Eisbergs	49
Wie du den unbewussten Bedarf ermittelst.	52
Emotional oder rational: Wie entscheiden deine Kunden?	57
Der grüne Punkt: Was siehst du?	59
Verschiebe den Fokus!	62
Die eine Frage, die deinen Kalender entstresst	65
Der Kauf einer Waschmaschine – rational oder emotional? . . .	66
Zu viel Rabatt bewirkt das Gegenteil	67
Die Flasche Wasser für 1.000 Euro	68
Wie du die Preisdebatte ein für alle Mal beendest.	70
Der Turbo-Booster im Business und im Verkauf	71
So verstehst du den Prozess	73
Walk your Talk: Wie steht es um deine eigenen Prozesse?	77
Warum Kundenreferenzen so wichtig sind	78

Kapitel 3: Paradigmen: Wir sehen die Welt nicht, wie sie ist, sondern wie wir sind.	81
Warum Sokrates heute einer der erfolgreichsten Verkäufer wäre ⁸¹	
»Der Schnorrer kann mich mal!«	85
Die wahrscheinlich teuerste Schraube der Welt.	86
Wochenbett: Wenn du denkst, du hast alles richtig gemacht . . .	87

Kapitel 4: Die größte Hürde: Menschen wirklich zu verstehen	91
Wie du herausfindest, was dein Kunde WIRKLICH braucht . .	91
Achtung, rhetorische Köder!	94
Wahrheit oder Meinung? Mach mal Inselhopping!	95

Teil 2: Die Praxis: Wissen allein ist nichts wert – so kommst du in die Umsetzung 99

Kapitel 5: Essentials für dein erfolgreiches Gespräch mit dem Kunden 101

So baust du Vertrauen auf 101
Stärke deine Intuition 103
Der Vertrag mit dir selbst 105
Drei Fragetechniken, die nur die Top-Verkäufer kennen 107

Kapitel 6: Was dein Angebot unwiderstehlich macht und außer Konkurrenz sein lässt 119

Der Nutzen deines Produkts 121
Nutzen durch Klarheit 124
Wie du deinen Kundennutzen herausfindest 125
Die Magie der maximalen Schnittmenge 132
Verschiedene Zielgruppen – unterschiedlicher Nutzen 133
Ergebnisse erzielen: So setzt du um! 138
Dein Gesprächsleitfaden für das Kundengespräch 141

Kapitel 7: Abschlusssichere Angebote und Abschlusstechniken 149

Der moralische Vorvertrag 149
Wie du Angebote nachfasst 151
»Don't do it!« – Was du beim Nachfassen nicht tun solltest . . . 152
Führe den Kunden zu einer Entscheidung! 152
Wie du deinen Abschluss machst 153
Abschlussignale: Woran du erkennst, dass der Kunde bereit ist 155
Die Vorwegnahmetechnik 159
Die Ergänzungstechnik 160

Kapitel 8: Deine Geburtsgeschenke: So bringst du deine Einzigartigkeit mit in jedes Gespräch! 163

Kapitel 9: Die wichtigsten Tipps für Online-Meetings im Verkauf 167

Deine persönliche Checkliste 168

Wie du technische Probleme im Online-Meeting vermeidest. . 175

Deine Vorbereitung auf ein Online-Kundengespräch 177

Das Wichtigste für dein Online-Kundengespräch auf einen Blick 180

Kapitel 10: Digitalisierung im Vertrieb 181

Gestalte dein CRM und deine Arbeitsprozesse transparent und effizient. 185

Gewinne deine Kunden digital 192

Führe Kundengespräche digital 195

Digitalisiere die Leistungserfüllung 195

Wo hat der Mensch noch seinen Platz? 198

Warum die richtige Zielsetzung auch im digitalen Vertrieb unerlässlich ist: Ein Fallbeispiel 199

Kapitel 11: Der Dominoeffekt: Wenn ein Ziel zu unrealistisch erscheint, um es zu erreichen. 209

Was wirst du ab morgen anders machen? 213

Schlusswort: Wachstum durch Klarheit 215

Danksagung 219

Der Unternehmensberater, Vertriebstrainer und Autor

Dirk Stöcker 221

Das sagen begeisterte Kunden.	225
Kontakt	229
Weitere Veröffentlichungen des Autors:.	231