

Inhalt

Kapitel 1: Einleitung	10
Vom Umsatzjäger zum Wunscherfüller	10
Teurer als der Wettbewerb	10
Menschen kaufen bei Menschen.....	11
HARDESELLING in den Neunzigern	11
Fast niemand vertraut Versicherungsvertretern	11
Auch Verkäufer haben es schwer mit Vertrauen.....	11
Die unhöfliche Bäckereifachverkäuferin.....	12
Der respektlose Außendienstmitarbeiter	12
Praxis-Tipp: Kaltakquise.....	13
Erfahrungen aus dem „Training on the Job“	13
Kunden ärgern sich häufig über Verkäufer	14
HEARTselling statt HARDselling	15
Gute Verkäufer und Vertriebsmitarbeiter sind Emotions- und Gefühlsarchitekten	15
6.500 Sprachen weltweit – Einwände zeigt dabei jeder Mensch gleich	16
Motivationspsychologie, Körpersprache und Neurowissenschaft	16
Kapitel 2: Was ist Verkaufen?	17
Verkäufer erfüllen Wünsche.....	17
Emotionale Antriebe von Kunden.....	17
Exkurs: Decoy-Effekt.....	18
Langer Exkurs: Baumarkteffekt:	19
Wer zahlt das Gehalt der Verkäufer und Vertriebsmitarbeiter? Der Kunde!	19
Wissen ist eine Holschuld und keine Bringschuld.....	19
Gewinnmaximierung geht vor Weiterbildung	20
Wenn es schlecht läuft, werden Mitarbeiter geschult	20
Zeit zu handeln	20
Zurück zu den Emotionen	20
Fun-Fact: Eigenmarken eines Supermarkts	21
Beziehungsmanagement im Verkauf und Vertrieb	21
Die wilden 90er im Vertrieb und Verkauf.....	21
Spaß muss sein!	22
Exkurs Dopamin:.....	22
Kunden emotional glücklich machen.....	23
Wer ist im Vertrieb und Verkauf erfolgreich?	23
Die Entwicklung des Verkaufens.....	24
Verkäufer von gestern	24
Verkäufer und Vertriebsmitarbeiter von heute und morgen	24

Nutzen Sie den Benjamin-Franklin-Effekt	25
Wissenschaftlich belegt: Der Benjamin-Franklin-Effekt funktioniert	25
Reziproke Zuneigung	26
Gegenwart und Zukunft in der Verkaufs- und Vertriebswelt	26
Kapitel 3: Warum kaufen Kunden nicht?	28
Norbert Bischof.....	28
Das Sicherheitssystem	28
Das Erregungssystem.....	28
Das Autonomiesystem.....	28
Psychologische Grundbedürfnisse.....	28
Die neurobiologischen Grundbedürfnisse nach Eilert.....	29
Die Psychologie, die Neurobiologie und die Emotionen.....	29
Irrational schlägt rational	29
Warum Hardselling von vorgestern ist	30
Ausgefuchst oder ausgelutscht? Warum Ihr Kunde nicht kauft!.....	30
Fehlende Referenzen.....	31
Unzuverlässigkeit.....	31
Das Pareto-Prinzip – Interesse zeigen	31
Schlechte Zuhörer im Verkauf und Vertrieb.....	31
Falsches Angebot + falsche Lösung ^(nicht richtig zugehört) = UNZUVERLÄSSIG!	32
Probleme	32
Komplizierte Verkäufer.....	32
Die Persönlichkeit des Verkäufers	33
Das fehlende Erlebnis	33
Fehlende Entscheider	33
Schlechtes Angebot	34
Fehlendes Budget	34
Unangenehme Emotionen.....	35
Die Learnings	35
Exkurs: Aufschwätzen	38
Kapitel 4: Was wünschen sich Kunden von Verkäufern?	39
Kein Zwang	39
Kunden entscheiden immer emotional	39
Weg vom 08/15-Standard	39
Die Rote-Kreuz-Frage.....	40
Empfehlungen aussprechen	40
Exkurs: Hindernisse im Verkaufsprozess	41
Das gute Preis-Leistungs-Verhältnis	41
Ihre stärkste Waffe ist die emotionale Intelligenz.....	42

Fun Fact: Die Partnerwahl	42
Kunden begeistern.....	43
Mensch schlägt Robotik im Verkauf und Vertrieb (noch).....	44
Was findet der deutsche Kunde heute vor?	44
Erfolgreicher verkaufen	45
Was müssen Frauen im Verkauf beachten?	45
Unternehmen müssen in die Ausbildung der Verkäufer investieren!	46
Kapitel 5: Was zeichnet Topverkäufer aus? Das Wort mit E!.....	48
Empathie.....	48
Empathie als wichtigste Säule in Verkauf und Vertrieb.....	48
Fun Fact: Empathie	48
Emotionen	49
Praxis-Beispiel: Altersvorsorge	49
Keine Ahnung von Emotionen	49
Verkäufer interessieren sich wenig für Emotionen im beruflichen Kontext.....	50
EQ – Der emotionale Intelligenzquotient	50
Wahrnehmung der Emotionen anderer	50
Verstehen der Emotionen anderer	50
Umgang mit Emotionen.....	51
Die emotional unintelligente Hotelmitarbeiterin	51
Was haben Ärger und ein Luftballon gemeinsam?.....	51
Eigene Emotionen verstehen und kontrollieren.....	52
Keine Energieräuber mehr zulassen	52
Umgang mit Beziehungen.....	53
Empathie.....	53
Erfolg.....	53
Kapitel 6: Der erste Kontakt und der erste Eindruck	55
Kunden und Google	55
Ideen für mehr Google-Bewertungen	56
Exkurs: Geschenke	56
Kann ich Google-Bewertungen löschen lassen?	57
Keine Diskussionen beginnen	57
Ihre Website und nervige Pop-Ups.....	57
Halten Sie ein, was Sie zusagen	57
Praxis-Tipp für Verkäufer in Sachen Google	58
Kapitel 7: Die Macht der Worte.....	59
Zuhören	59
Worte.....	60
Kapitel 8: Neurowissenschaft trifft auf Verkauf.....	61

Das Gehirn	61
400.000 Sinneseindrücke pro Sekunde	62
Praxisbeispiel: Notizen machen!.....	62
Erwartungen	63
Praxistipp: Prediction-Error	63
Was erwartet der Kunde heute nicht mehr?.....	64
Amygdala und Hippocampus selektieren	64
Fun-Fact: Visuelle Vorstellung und Mindset.....	64
Verhaltensmuster – der innere Schweinehund	65
Verhaltensmuster 1: Der Energiesparmodus des Verkäufers.....	65
Verhaltensmuster 2: Flucht	66
Verhaltensmuster 3: Die eigene Investition ist zu hoch	66
Verhaltensmuster 4: Der Mimimi-Effekt	66
Verhaltensmuster 5: No Change.....	67
Verhaltensmuster 6: Die Angst vor falschen Entscheidungen.....	67
Verhaltensmuster 7: Ja aber.....	68
Verhaltensmuster 8: Ich bin ein Held	68
Verhaltensmuster 9: Ich bin kugelsicher	69
Positive Verhaltensmuster mit dem Kunden erleben.....	69
Positive Kontakte prägen positive Verhaltensmuster	70
Die Kugel fällt.....	71
Vertrauen.....	71
Der Schuhüberzieher	71
Vertrauen als Fundament für die Zukunft	72
Kapitel 9: Die Sales-Signs – Kunden körpersprachlich lesen lernen	73
Die Wissenschaft hinter den Sales-Signs	73
Die Mimik enthüllt die Gedanken.....	73
Einwände und Wunschsignale in der Mimik können nicht unterdrückt werden	73
Sieben angeborene Emotionen	74
Einwände zeigen sich in der Mimik	74
Mimik lesen als Erfolgsgarant.....	74
Der Rumpelstilzchen-Effekt	74
Exkurs: Was ist Stress?	75
Was Stress mit Erwartungen zu tun hat	75
Bedürfnis und Motivation.....	76
Soziale Ebene.....	76
Emotionale Ebene.....	76
Vorwand oder Einwand	76
Der emotionale Einwand	77

Verbale Einwände: Von unlösbar bis ver- oder behandelbar	77
Der Vorwand.....	77
Fazit	78
Das körpersprachliche Standardverhalten	79
Was ist noch wichtig zu wissen?	80
Vermeidungs- und Annäherungsmotivation	80
Sales-Sign 1: Augenbrauen-Innenseiten schräg hochziehen	80
Sales-Sign 2: Innen- und Außenseiten der Augenbrauen werden hochgezogen.....	82
Sales-Sign 3: Augenbraue wird einseitig hochgezogen.....	82
Sales-Sign 4: Augenbrauen werden hoch- und zusammengezogen	83
Sales-Sign 5: Augenbrauen werden zusammengezogen	85
Sales-Sign 6: Der böse Blick	86
Sales-Sign 7: Das obere Augenlid wird hochgezogen	87
Sales-Sign 8: Das untere Augenlid wird angespannt.....	88
Sales-Sign 9: Das untere und obere Augenlid werden angespannt.....	88
Sales-Sign 10: Oberlider sind ganz oder leicht gesenkt	89
Sales-Sign 11: Kontraktion des Augenring-Muskels.....	90
Exkurs: Mimische Muskulatur	91
Sales-Sign 12: Die Nase wird gerümpft.....	92
Sales-Sign 12.1: Die Oberlippe wird hochgezogen	93
Sales-Sign 12.2: Einseitiges Hochziehen der Oberlippe	94
Sales-Sign 12.3: Einseitiges Hochziehen der Oberlippe und der Augenbraue	95
Sales-Sign 12.4: Einseitiges Einpressen der Mundwinkel	95
Sales-Sign 13: Beidseitiges Anheben der Mundwinkel	96
Sales-Sign 14: Herunterziehen der Mundwinkel	97
Sales-Sign 14.1: Hochheben des Kinnbuckels.....	97
Sales-Sign 15: Facial Shrug.....	98
Exkurs: Das Achselzucken	99
Sales-Sign 16: Lippenpressen.....	100
Sales-Sign 16.1: Anspannen der Lippen.....	101
Sales-Sign 17: Schürzen der Lippen	102
Sales-Sign 18: Seitliches Auseinanderziehen der Lippen	102
Sales-Sign 20: Fallenlassen des Unterkiefers	104
Sales-Sign 20: Kiefer steht vor	104
Sales-Sign 21: Anspannen des Kiefers	105
Sales-Sign 22: Zunge herausstrecken.....	106
Sales-Sign 23: Bewegung der Zunge innerhalb des Mundes	107
Sales-Sign 23.1: Lecken der Lippen.....	108
Sales-Sign 23.2: Beißen der Lippen.....	108

Sales-Sign 24: Aua	109
Exkurs zu Schmerz	111
Sales-Sign 25: Der Kopf wird abgewendet.....	111
Körpersprachliche Stresssignale	112
Die Welt der Gestik: Selbstberührungsgesten.....	112
Die Welt der Gestik: Objektberührungsgesten.....	113
Die Welt der Gestik: Zeige-Gesten.....	115
Die Welt der Gestik: Rhythmus-Gesten	116
Fazit der Sales-Signs.....	118
Fakt oder Fake – das Arme verschränken bedeutet Ablehnung.....	118
Wie die eigene Körpersprache wirkt	120
Warum es als Verkäufer wichtig ist, alle Zeichen zu kennen und zu verstehen	120
Kapitel 10: Persönlichkeitstypen – den Kunden verstehen lernen.....	125
Hokuspokus oder Wissenschaft?.....	125
Kunden verstehen – nicht manipulieren!	130
Was es zu beachten gilt	130
Herausforderungen der Kommunikation – Sender und Empfänger.....	130
Was haben Chamäleons und Verkäufer gemeinsam?	131
Das Beziehungsgeschäft	131
Farbmodelle nerven mich!	131
Die vier Verkaufscharaktere – kurz erklärt	132
Jack Schnell – Die Ideenmaschine mit Witz	132
Exkurs: Der fundamentale Attributionsfehler	135
Jonny Kontrolletti – Der kontrollierte Perfektionist	136
Exkurs: Der Horn-Effekt	139
Lena Zaghaft – Der ruhige und besonnene Charakter.....	140
Exkurs: Der Social-Proof-Effekt.....	143
Susi Sonnenschein – Der emotionale und lebensfrohe Charakter	144
Exkurs: Der Halo-Effekt.....	146
Exkurs: Der Mere-Exposure-Effekt	147
Wie wirke ich auf meine Kunden?	148
Fazit	148
Kapitel 11: Mehr verkaufen im Hotel- und Gastgewerbe	149
Suggestiv-Fragen	150
Glückliche Gäste und mehr Trinkgeld.....	150
Das Nachahmen.....	150
Sich namentlich vorstellen.....	151
Das Accessoire	151
In die Hocke gehen	151

Der Grad des Lächelns	151
Berührungen.....	152
Süße Überraschung	152
Smileys und Dankbarkeit	152
Einfach mal machen!	152
Kapitel 12: Struktur im Verkauf.....	153
Erste Kontakte	153
Praxistipp: Erstkontakt online.....	154
Praxistipp: Erstkontakt offline	154
Exkurs: Online oder offline – Wo kauft der Kunde lieber?	155
Die Bedarfsanalyse	155
Praxistipp: Bedarfsanalyse.....	160
Das Angebot	160
Praxistipp: Wording	160
Praxistipp: Die Uhrzeit der Präsentation	161
Praxistipp: Warme oder kalte Getränke	161
Praxistipp: Sitzhärte.....	161
Die Angebotspräsentation.....	162
Exkurs: Priming	163
Exkurs: Illusory Truth Effect.....	163
Der Abschluss	163
Praxistipp: Preis-Verhandlungen	164
Praxistipp: Nachfassen.....	165
Exkurs: Verkaufen für Trainer, Coaches oder Dienstleister	167
Praxistipp After-Sales & Weiterempfehlungen.....	167
Fazit.....	168
Warum Dankbarkeit Sie zu einem erfolgreicherem Verkäufer macht	169
Die Wissenschaft	169
Das Fazit für Sie als Verkäufer:	171
Meine Dankbarkeit	171