

Inhaltsverzeichnis

Vorwort von Bernd W. Klöckner®.....	13
An meine Leser und Freunde – wichtig.....	17
Kann ich wollen, was ich will?	23
Die Geschichte von Sokrates	29
Neuromarketing für die Praxis.....	43
Neuromarketing und analytische Kaufpsychologie	51
Die magische 7.....	59
Theorie ohne Praxisbezug ist Unsinn.....	65
Die „Sie-Kommunikation“ zur Aktivierung.....	65
Das neue „Verkaufsgespräch“ mit der A K T I V I E R U N G des Menschen/Kunden mit dem FAIRkaufsBROCKEN®.	79
Die „Wir-Kommunikation“ oder der „Tod des Verkaufens“	83
Zäsur im Denkprozess - ein Paradigmenwechsel	85
So werden Sie zum B€STSELLER	95
Die 7 A`s der modernen und innovativen Vermarktung	101
Die Technik und Beispiele zu innovativen Ansprachen und Aktivierungsfragen:.....	109
Ja oder Nein – egal	109
Positive Aktivierungsfragen:	109
Negative Aktivierungsfragen:	109
Beispiele für die Praxis.....	111
Die Technik und Beispiele zu innovativen Ansprachen und Aktivierungsfragen.....	117
Das Gehirn kauft Bilder	135
Die Geschichte vom Seifenverkäufer	135

Die drei notwendigen Elemente zum Kaufprozess.....	137
Nutzenbeispiele aus der Praxis für die Praxis (Teil 1).....	141
Beispiele einer echten Nutzendarstellung (Teil 2).....	147
Beispiele aus der Finanzdienstleistung	147
1. Bequemlichkeit.....	164
2. Status.....	165
3. Sparen.....	165
4. Sicherheit.....	166
5. Vertrauen.....	167
Grundregeln des Erfolges und das Rezept	173
Und jetzt noch das Rezept zum Erfolg - mit 5 Zutaten:	177
Bonusmaterial – Ihr Zusatznutzen.....	179
Das Drehbuch oder der professionelle Gesprächsablauf - modern interpretiert	183
Bevor – Technik	189
Der Beraterteil des Verkaufsgesprächs.....	193
Zusammenfassung.....	195
Empfehlungsnahme (Beispiele)	197
Variante 1	197
Variante 2 - Die eine Million-Geschichte	199
Die Vereinbarung – zweiter Teil	201
Gastbeitrag Frank Rehme	205
Die 3 Werkzeuge des Handel(n)s	205
Die 3 Werkzeuge für den Sinneswandel zum Sinneshandel.....	209
Werkzeug Nr. 1: GMV oder wie komme ich zu den Wurzeln?	212
Werkzeug Nr. 2: Vergiss es.....	219