

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7
Inhaltsverzeichnis	9
A. Grundlagen.....	13
1. Die Bedeutung der Kommunikation in der Praxis des Verkaufs	13
2. Die Grundvoraussetzungen für erfolgreiches Kommunizieren	17
2.1 Das positive Denken und Handeln	18
2.2 Das „Gesetz der sich selbst erfüllenden Prophezeiung“	20
2.3 Das Johari-Fenster	22
2.4 Die Vorstellungen vom Gesprächspartner	24
2.5 Das partnerorientierte Kommunizieren	27
2.6 Die Konzentration	28
2.7 Die selektive Wahrnehmung	31
2.8 Die Selbstsicherheit	32
2.9 Das Paraphrasieren und Reflektieren	33
3. Die Regeln der Kommunikation	35
4. Formen von Verkaufsgesprächen	37
4.1 Verkaufsgespräche für Konsumgüter	41
4.2 Verkaufsgespräche für Dienstleistungen	43
4.3 Verkaufsgespräche für Investitionsgüter	44
Kontrollfragen zu A	46
Testfragen zu A	48
Literatur.....	49
B. Ansätze zur optimalen Gestaltung von Verkaufsgesprächen.....	51
1. Allgemeine Ansätze	51
1.1 Der phasenbezogene Ansatz	52
1.2 Der Interaktionsansatz	58
1.3 Das Dialoggrammatische Konzept	67
1.4 Der problemlösungsbezogene Ansatz	70
1.5 Der Analyseansatz	77
2. Individuelle Ansätze	78
2.1 Der Grid-Ansatz	79
2.2 Der transaktionsanalytische Ansatz	83
2.3 Die Neurolinguistische Programmierung (NLP)	91
3. Die Beiträge der Ansätze zum Verkaufsgespräch	95
Kontrollfragen zu B	98
Testfragen zu B	100
Literatur	101

C. Psychologische Bedingungen der Verkaufskommunikation	103
1. Kommunikationspsychologie und Verkaufsgesprächsführung	103
1.1 Der Verkäufer und sein Verhalten	105
1.2 Die Rolle des Verkäufers	107
1.3 Die wechselseitige Abhängigkeit der Faktoren	110
1.4 Das Erkennen des Käufers	116
1.5 Die Käufertypologien	119
1.6 Die typenspezifischen Hilfen für den Verkauf	120
2. Kaufmotive	127
2.1 Der psychoanalytische Ansatz	129
2.2 Der lerntheoretische Ansatz	130
2.3 Der feldtheoretische Ansatz	131
3. Die verschiedenen Kaufmotive	131
4. Das Erkennen der Motive des Gesprächspartners	135
Kontrollfragen zu C	136
Testfragen zu C	137
Literatur	138
D. Praxis der Gestaltung von Verkaufsgesprächen	139
1. Verkaufsgesprächsstrategie	143
2. Verkaufsgesprächstraining	145
2.1 Ermittlung der Trainingsbedürfnisse	146
2.2 Festlegung des Trainingsinhaltes	147
2.3 Trainingsmethoden	152
2.3.1 Training on the Job	153
2.3.2 Gruppendiskussionen	157
2.3.3 Rollenspiele	158
2.3.4 Computergestütztes Training	159
2.4 Zusammenfassung	159
3. Vorbereitungsphase	162
3.1 Hilfsmittel der Verkaufsgesprächsführung	162
3.1.1 Bilder	162
3.1.2 Videos	165
3.1.3 CD-ROM	165
3.1.4 Sales-folder	166
3.1.5 Verkaufshandbücher	168
3.2 Laptops (Computer aided Selling)	169
3.3 Elektronische Verkaufshandbücher	170
3.4 Vorbereitung von Verkaufsgesprächen	172
3.4.1 Gesprächspartner	178
3.4.2 Zeitpunkt des Verkaufsgesprächs	180
3.4.3 Ort des Verkaufsgesprächs	186
3.4.3.1 Verkaufsgespräche beim Verkäufer	187
3.4.3.2 Verkaufsgespräche beim Käufer	187
3.4.3.3 Verkaufsgespräche an sonstigen Orten	187
3.4.4 Gegenstand des Verkaufsgesprächs	188

4. Kontaktphase	188
4.1 Verkäufer besucht Käufer	189
4.2 Käufer kommt zum Verkäufer	190
5. Gesprächseröffnungsphase	193
6. Argumentationsphase	194
6.1 Gestaltung von Verkaufsgesprächen	194
6.1.1 Das Verkaufsgespräch als Informationsprozess	195
6.1.2 Das Verkaufsgespräch als Lernprozess	196
6.1.3 Die Darstellung der Argumente	197
6.1.4 Die Anzahl und Art der Argumente	198
6.1.5 Die Reihenfolge der Argumente	200
6.1.6 Die Argumentation	201
6.1.7 Die Argumentationsarten	205
6.1.8 Die Argumente in den Verkaufsphasen	206
6.1.9 Die Art des Sprechens	212
6.1.10 Einsatzmöglichkeiten von Fragen im Verkaufsgespräch	213
6.1.11 Empfehlungen für die Verkaufsgesprächsführung	223
6.2 Non-verbale Kommunikation im Verkaufsgespräch	223
6.2.1 Die Distanz	225
6.2.2 Der Blickkontakt	226
6.2.3 Die Körperhaltung	227
6.2.4 Die Mimik und Gestik	230
6.2.5 Die Kleidung	232
7. Einwandbehandlung	233
7.1 Verhalten bei Einwänden	234
7.2 Einwände und Behandlung	236
8. Abschlussphase	238
8.1 Erkennen der Kaufbereitschaft	239
8.2 Abschlusstechniken	240
9. Nachgesprächsphase	244
10. Nachkaufphase	245
Kontrollfragen zu D	248
Testfragen zu D	254
Literatur	256
E. Besondere Verkaufsgesprächssituationen	259
1. Preisgespräche	259
1.1 Vorgehen	259
1.2 Methoden	261
2. Reklamationsgespräche	264
2.1 Situation	264
2.2 Vorgehen	265
2.3 Verhalten	265
2.4 Ergebnis	267
3. Telefonverkaufsgespräche	270
3.1 Situation	270

3.2 Formen	273
3.3 Vorbereitung	273
3.4 Realisation	274
3.5 Telefonskript	276
3.6 Beispiele	277
4. Messeverkaufsgespräche	281
4.1 Situation	281
4.2 Besucheransprache	282
5. Investitionsgüterverkaufsgespräche	284
5.1 Situation	284
5.2 Ablauf	288
5.3 Hilfsmittel	296
5.4 Zusammenfassung	297
6. Handelsgespräche	298
6.1 Jahresgespräche	298
6.2 Neuproduktgespräche	302
6.3 Operative Gespräche	302
Kontrollfragen zu E	303
Testfragen zu E	306
Literatur	307
Anhang: Gesprächsinhalte	309
Übungsteil	321
1: Aspekte einer Botschaft	325
2: Johari-Fenster	325
3: Paraphrasieren	326
4: Reflektieren oder Verbalisieren	326
5: Anwendung der Verkaufsformeln I	327
6: Verkaufsformeln II	327
7: Selbsteinschätzung - Fremdeinschätzung	327
8: Transaktionsanalyse	328
9: NLP	328
10: Checkliste zur Gesprächsvorbereitung von Erstbesuchen	329
11: Gesprächseröffnungen	329
12: Verkaufsgesprächskontakt	330
13: Verkaufsgesprächsanfang	330
14: Verkaufsgesprächsstrategie	331
15: Schwierigkeiten im Verkaufsgespräch	331
16: Darstellungstechniken	332
17: Einwandbehandlung	332
18: Verkauf von Markensekt an den Lebensmitteleinzelhandel	332
19: Gesprächsleitfaden für Telefonkontakt	333
20: Gesprächseröffnung auf Messen	333
Lösungen	335
Stichwortverzeichnis	353