

Thomas H. Jachens

Professionelles Verkaufen

- Kundenerwartungen erkennen
- Verkaufsgespräche positiv gestalten
- Abschlüsse erreichen
- Richtig kommunizieren

REDLINE | VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-86881-199-5

Unsere Web-Adresse:

www.redline-verlag.de

3. Auflage

© 2010 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München
Nymphenburger Straße 86
D-80636 München
Tel.: 089 651285-0
FAX: 089 652096

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Umschlaggestaltung: ZERO Werbeagentur GmbH, München
Satz: HJR, Jürgen Echter, Landsberg am Lech
Druck: Konrad Tritsch, Ochsenfurt
Printed in Germany

Inhalt

Vorwort zur 3. Auflage.....	7
Einleitung	8
Teil I Einige Grundüberlegungen vor dem Verkauf	10
1. Was Sie über Ihre Kunden wissen sollten	10
<i>Wie sieht der Markt aus Sicht der Kunden aus?</i>	10
<i>Was erwarten Kunden?</i>	10
<i>Ihr Selbstverständnis als Verkäufer</i>	12
2. Die Grundlagen der Kommunikation.....	14
<i>Kommunikationsregeln im Verkauf</i>	14
3. Störungen in der Kommunikation.....	16
4. Das Kommunikationsmodell.....	18
<i>Die Wirkungsfaktoren</i>	22
<i>Das Erscheinungsbild von Menschen</i>	23
Teil II Die Verkaufssystematik.....	30
1. Baustein: Die Begrüßung	30
<i>Begrüßung im Handel</i>	31
<i>Begrüßung beim Kunden</i>	34
<i>Der Smalltalk</i>	35
2. Baustein: Wer fragt, der führt ein Gespräch.....	37
<i>Die geschlossene Frageform</i>	39
<i>Die offene Frageform</i>	40
<i>Die konkrete Frageform</i>	41
<i>Die Alternativfrage</i>	42
<i>Die Preisfrage</i>	43
3. Baustein: Was kaufen Menschen?.....	44
<i>Die Vorteilsrhetorik</i>	48
<i>Die »Sie«-Ansprache</i>	50
<i>Die »Namens«-Ansprache</i>	51

4.	Baustein: Wie entscheiden Menschen?	52
	<i>Die Motive</i>	57
	<i>Indikatoren, um das Motivprofil eines Kunden zu erkennen</i>	61
	<i>Die Motivansprache</i>	62
5.	Baustein: Der Kunde kann sich nicht entscheiden	68
	<i>Professionell nachgefragt</i>	69
	<i>Preise entscheiden Verkaufsgespräche?</i>	74
	<i>9 Techniken, um Preisgespräche zu entscheiden</i>	77
	<i>10 Grundüberlegungen zu Preisgesprächen</i>	84
6.	Baustein: Das Abschlussgespräch	85
	<i>Woran können Sie erkennen, dass Kunden abschlussbereit sind?</i>	87
	<i>Abschlusstechniken</i>	88
	<i>Kaufreue vorbeugen</i>	92
7.	Baustein: Das telefonische Nachgespräch.....	94
	<i>Überlegen Sie sich konkrete Gründe Ihres Anrufes</i>	94
8.	Baustein: Das Reklamationsgespräch	98
	<i>20 Tipps im Umgang mit Reklamationen</i>	101
Teil III Die Verkaufsrhetorik		104
1.	Vermeiden Sie »rhetorische Ohrfeigen«	104
2.	Vermeiden Sie »Schlaffmacher«	107
3.	Vermeiden Sie »negative Ausdrücke«.....	109
4.	Vermeiden Sie »ichbezogene Aussagen«	110
5.	Benutzen Sie »Aussageverstärker«.....	111
Teil IV Ihr Verkaufsgespräch in der Zusammenfassung		113
	Ein weiser Mann wird geprüft	116
	Über den Autor	118
	Lesenswerte und weiterführende Literatur	119