

Inhalt

Vorwort	9
Teil I Verkaufsgespräche mit Neukunden	11
1 Gesprächsvorbereitung	13
1.1 Idealkunden-Profil zur Erleichterung der Neukundensuche	13
1.2 Adressen potenzieller Neukunden	16
1.3 Vorbereitung von Erstkontakten	18
1.4 Kein Verkaufsgespräch ohne Zielsetzung	23
1.5 Bedarfsanalyse im Rahmen der Gesprächsvorbereitung	24
1.6 Gesprächseröffnung bei Neukunden	26
1.7 Wissen über Wettbewerber	28
1.8 Verkaufshilfen	34
1.9 Persönliche Vorbereitung auf das Gespräch	35
2 Gesprächseröffnung	37
2.1 Wichtig: Der erste Eindruck	37
2.2 Die eigene Firma vorteilhaft präsentieren	38
2.3 Fragen zur Kundenqualifizierung	39
2.4 Gute Beziehung zum Gesprächspartner herstellen	41
3 Analysephase	43
3.1 Situations- und Entscheideranalyse	43
3.2 Bedarfsanalyse	47
3.3 Analyse der Entscheidungskriterien des Kunden	53
3.4 Analyse der Kaufmotive und Auswahlkriterien	57
3.5 Bedarfsentwicklung bei komplexen Verkaufsvorgängen	59
3.6 Ermittlung des Wertes eines potenziellen Neukunden	61
4 Argumentation und Verhandlungsführung	65
4.1 Argumentation in Abhängigkeit von den Kaufmotiven und Gesprächspartnern	65
4.2 Kauflust erzeugen durch geschickte Argumentation	69
4.3 Mit der Qualität argumentieren	73

4.4	Argumente wirkungsvoll verstärken	75
4.5	Einsatz von Lenkungstechniken im Verkaufsgespräch	77
4.6	Fragen richtig stellen	78
4.7	Geschickt mit Einwänden umgehen	81
4.8	Den Preis wert machen	87
4.9	Keine Konzessionen ohne Gegenleistung	92
4.10	Kontakttiefe herstellen	93
5	Abschlussphase.	99
5.1	Vorbereitung des Abschlusses	99
5.2	Einleitung des Abschlussgespräches	105
5.3	Vorbereitung von Folgegesprächen	109
5.4	Kaufprozess beschleunigen	111
5.5	Verhalten nach dem Abschluss	113
5.6	Gesprächsnachbereitung	115
6	Kontrolle	117
6.1	Analyse von erfolglosen Verkaufsgesprächen	117
6.2	Kontrolle des Neukundengewinnungsprogramms	121
7	Verkaufsgespräche auf Messen.	123
7.1	Vorbereitung der Messe	123
7.2	Durchführung von Messegesprächen	124
7.3	Nachbearbeitung der Messekontakte	127
8	Verkaufsgespräche am Telefon.	129
8.1	Vorbereitung von Verkaufsgesprächen am Telefon	129
8.2	Telefonische Kundenqualifikation und Unterlagenzusendung	132
8.3	Telefonische Terminvereinbarung für den Außendienst	135
8.4	Nachfassen bei schriftlichen Angeboten	137
Teil II	Verkaufsgespräche mit Bestandskunden.	139
9	Gesprächsvorbereitung	141
9.1	Gesprächsplanung	141
9.2	Verkaufsziele festlegen	143
9.3	Kaufmotive berücksichtigen	147
9.4	Antworten auf Kundenfragen vorbereiten	150

9.5	Gesprächsaufhänger finden	151
9.6	Positive Einstimmung auf das Gespräch	154
9.7	Gemeinsam zu passenden Lösungen	155
9.8	Zentrale Probleme des Kunden identifizieren	156
9.9	Berater des Kunden werden	158
9.10	Bedarfsklärung	160
9.11	Wichtige Zukunftsfragen	161
9.12	Gesprächsunterlagen-Check	162
10	Erfolgreiche Präsentationen	163
10.1	Vorbereitung der Präsentation	163
10.2	Präsentationskonzept	166
10.3	Präsentationskontrolle	168
10.4	Zuhören, wenn der Kunde spricht	171
11	Einwandbehandlung	173
11.1	Einwände im Verkaufsgespräch	173
11.2	Typische Einwände von Bestandskunden	175
11.3	Selbst-Check zur Einwandbehandlung	178
12	Preisgespräche	181
12.1	Preisdiskussionen erfolgreich bewältigen	181
12.2	Preiserhöhungen durchsetzen	185
12.3	Niedrige Wettbewerbspreise demontieren	187
13	Umsatz- und Profitsteigerung	189
13.1	Maßnahmen zur Umsatz- und Profiterhöhung	189
13.2	Cross-Selling-Check	190
13.3	Cross-Selling bei anrufenden Kunden	195
13.4	Auftragserweiterungs-Check	196
13.5	Bestandsanalyse beim Kunden	198
13.6	Neubedarf bei Bestandskunden	200
13.7	Potenzialausweitungs-Check	201
13.8	Neuprodukte richtig anbieten	204
13.9	Verlorene Kunden zurückgewinnen	206
13.10	Aktivierung von Kunden mit Schrumpfsätzen	208

14	Kundenbindung	211
14.1	Beziehungspflege im Verkaufsgespräch	211
14.2	After-Sales-Gespräche	214
14.3	Kunden begeistern	215
14.4	Regelmäßige Beziehungsgespräche führen	217
14.5	Gefälligkeiten planen	218
14.6	Beziehungspflege-Check	219
14.7	Rückblick auf die Kundenbeziehung	220
15	Beschwerdenmanagement	223
15.1	Beschwerdegespräche führen	223
15.2	Unberechtigte Beschwerden abwehren	225
15.3	Beschwerdestrategien	226
15.4	Unzufriedene Kunden halten	227
16	Erfolgskontrolle	229
16.1	Erfolgskontrolle der Verkaufsziele	229
16.2	Analyse erfolgreicher Gespräche	230
Teil III	Verkaufsgespräche mit Schlüsselkunden	233
17	Großkundenmanagement	235
17.1	Verkaufsstrategie bei bestehenden Schlüsselkunden	235
17.2	Eroberungsstrategie bei Schlüsselkunden	238
17.3	Vorbereitung von Verhandlungen	243
17.4	Verhandeln mit Einkaufsgremien	248
17.5	Win-Win-Verhandlungen	250
17.6	Schwierige Verhandlungssituationen meistern	252
	Zusammenfassung: Verkaufsprozess-Analyse	253
	Autoreninformation	259
	CD-Benutzerhinweise	261