

**REDLINE** | VERLAG

Holger Bröer



# Schnecken hüpfen nicht

Erfolgreich Neukunden  
gewinnen mit System

# Inhalt

Kapitel 1:

**Wo bitte geht's hier zum Verkaufserfolg?**

**Eine kurze Gebrauchsanweisung ..... 11**

Zusammenfassung ..... 14

Kapitel 2:

**Was wollt Ihr sein:**

**Verkäufer oder Schnecken? ..... 15**

2.1 Vom Umgang mit dem Verkäufer-Schmerz ..... 18

Fluchtweg 1: Verdrängen ..... 20

Übung: Des Kaisers neue Kleider ..... 22

Fluchtweg 2: Ablenken/Verzögern ..... 23

Fluchtweg 3: Abkürzen ..... 24

2.2 Schleimen/Ekel vs. (Selbst-)Respekt ..... 30

Grund 1: Mangelnde Ausbildung ..... 33

Grund 2: Schwarze Schafe ..... 34

Tipp 1: Ehrliche Leistung ..... 37

Tipp 2: Leidenschaft ..... 38

Tipp 3: Positionierung ..... 38

Tipp 4: Die goldene Grundregel ..... 40

Tipp 5: Verkäufer – das Ohr am Markt ..... 40

Tipp 6: Werte – ein Blick über den großen Teich ..... 41

2.3 Kriechen oder Hüpfen

eine Frage der Grundausbildung ..... 43

Lektion 1: Trägheit macht langsam ..... 47

Lektion 2: Fehlender Instinkt führt zu nichts ..... 48

Lektion 3: Aktionismus hilft auch nicht weiter.....	49
Lektion 4: Selbstverständnis siegt .....	50
2.4 Schnecken sind ...	
Schnecken eben – und keine Verkäufer .....	52
Erste Erfolgskomponente: Wissen Sie, wer Sie sind!.....	54
Zweite Erfolgskomponente: Sagen Sie »Action!« .....	57
Zusammenfassung.....	58

### Kapitel 3:

<b>Die Verkäufer-Persönlichkeit.....</b>	<b>61</b>
3.1 Persönlichkeitskompetenzen .....	63
Optimismus.....	63
Selbstwertgefühl.....	64
Selbstdisziplin .....	65
3.2 Sozialkompetenzen .....	67
Empathie .....	67
Kontaktfreudigkeit.....	68
3.3 Fach- und Methodenkompetenzen.....	69
3.4 Mentaltraining.....	70
Zusammenfassung.....	74

### Kapitel 4:

<b>Die Mutter aller Fragen: Wie funktioniert Akquise? .....</b>	<b>75</b>
Erste Gruppe: die Geheimniskrämer .....	76
Zweite Gruppe: die Angeber.....	76
Dritte Gruppe: die Angsthasen .....	77
4.1 Akquise = Krise? .....	78
Die Bedeutung des Wortes Krise .....	80
Die Bedeutung des Wortes Akquise .....	81
4.2 Der digitalisierte Kunde – das unbekannte Wesen? .....	83
4.3 Der moderne Verkäufer.....	86
Eigenschaft 1: Permanente Erreichbarkeit.....	88
Eigenschaft 2: Digitale und persönliche Präsenz.....	89

4.4	Moderne Verkaufstechniken .....	91
	Erste Verkaufstechnik:	
	Machen Sie Ihren Kunden neugierig.....	92
	Zweite Verkaufstechnik: Entwirren Sie Ihr Angebot .....	94
	Dritte Verkaufstechnik: Bieten Sie Service .....	95
4.5	Zehn Akquisetipps .....	97
	Tipp 1: Setzen Sie sich herausfordernde Ziele .....	97
	Tipp 2: Werden Sie ein guter Verkäufer.....	98
	Tipp 3: Arbeiten Sie an Ihrem Talent.....	99
	Tipp 4: Planen Sie im Voraus .....	99
	Tipp 5: Eine gute Atmosphäre ist wichtig.....	100
	Tipp 6: Leben Sie die beiden Grundpfeiler eines erfolgreichen Verkaufsgesprächs .....	100
	Tipp 7: Beachten Sie das Gesetz der großen Zahl .....	101
	Tipp 8: Timen Sie wichtige Telefonate richtig.....	102
	Tipp 9: Finden Sie Ihren Rhythmus.....	102
	Tipp 10: Akquirieren Sie regelmäßig.....	103
	Zusammenfassung .....	104

## Kapitel 5:

### **Intuitive Sales Process – das ISP-Modell ..... 105**

5.1	LMAA .....	113
5.2	EM .....	114
5.3	Deze.....	116
	Seien Sie ehrlich.....	118
	Seien Sie konkret .....	119
	Seien Sie dezent .....	119
5.4	Maloma oder Takete .....	121
5.5	Giftpilze & Tretminen .....	123
5.6	Selling-Story .....	125
	Schritt 1: Die Botschaft .....	128
	Schritt 2: Gesprächseinstieg.....	128
	Schritt 3: Kürze.....	129

5.7	Kriga .....	131
5.8	M + N + P = W: Ihre Formel für den Entscheidungsprozess .....	134
	Wert .....	135
	Merkmale .....	135
	Nutzen .....	137
	Preis.....	138
5.9	G&S = Gebiets- und Selbstmanagement.....	138
5.10	Echte WV (Wiedervorlagen)-Chancen .....	140
5.11	WYSIWYG (What you see is what you get).....	142
5.12	Individual Selling.....	144
5.13	Ziel: Termine vereinbaren, Chancen aufbauen, direkt verkaufen, nie wieder Kaltakquise .....	145
	Was ist das Wesentliche an Zielen?.....	146
5.14	Digitale Recherche.....	147
5.14	Sales Trojaner.....	148
5.15	Anruf 1-3.....	150
5.16	Entscheider Ja/Nein .....	152
5.17	Absichtserklärung.....	154
5.18	Tannenbaum-Modell.....	155
5.19	Vorwand 1-3 .....	157
5.20	Kona 1-5.....	161
5.21	Action .....	162
5.22	EM = Emotionaler Marker II.....	164
5.23	Empfehlung (Empfehlungsmarketing) .....	166
5.24	WV = Wiedervorlage.....	167
5.25	Zeit: 1 Stunde pro Tag und 220 Tage im Jahr.....	172
5.26	People, Digital, Live .....	174
5.27	Social Media .....	178
	Zusammenfassung.....	182
 Kapitel 6:		
	<b>Und Action!</b> .....	<b>185</b>
	Persönlichkeitsentwicklung.....	185