

Hans Christian Altmann

Kunden kaufen nur von Siegern

Wie Sie als Verkäufer unwiderstehliche Ausstrahlungskraft
erreichen, Kunden begeistern und Ihren Umsatz
explodieren lassen

REDLINE | VERLAG

© des Titels »Kunden kaufen nur von Siegern« (ISBN 978-3-86881-597-9) 2016 by Redline Verlag,
Münchner Verlagsgruppe GmbH, München. Nähere Informationen unter: www.m-vg.de

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 8. Auflage	11
Vorwort: Auf der Spur der Sieger	13
Teil 1: Die Eigenschaften der Sieger	17
1. Kapitel: Der Beruf als Berufung	19
Warum kaufen Kunden nur von Siegern?	19
Das glanzvolle Comeback eines Top-Verkäufers	24
Die Erfolgsstrategien der Sieger	33
Testen Sie Ihren Siegerstatus	36
2. Kapitel: Die Chancen der Nr. 1	38
Werden Sie die Nr. 1 für Ihre Kunden!	38
Wie können Sie für Ihre Top-Kunden die Nr. 1 werden?	41
3. Kapitel: Die Chancen der Kundenbindung	44
Egal, was Sie verkaufen, Sie sind im Service-Geschäft.....	44
Die Kundenbindung ist die leichteste und billigste Akquise!	45
Beispiel Nr. 1: Wie der Autoverkäufer Joe Girard durch Service zum weltbesten Verkäufer aufstieg	46
Beispiel Nr. 2: Wie ein Versicherungsverkäufer durch optimalen Service in einem Jahr eine Milliarde Dollar Umsatz machte	51
Beispiel Nr. 3: Wie ein Profi aus der IT-Branche mit Handy, SMS und mobilem E-Mail Kundenbindung und Folge- aufträge schafft	54
Beispiel Nr. 4.: Wie ein Verkäufer von Leasing-Finanzierungen durch außergewöhnlichen Service seine Kunden an sich bindet und gleichzeitig neue Geschäfte generiert	56
Beispiel Nr. 5: Wie ein PC-Laden durch außergewöhnliche Kundenveranstaltungen die Kundenbindung und den Umsatz erhöht	57

Beispiel Nr. 6: Wie eine Trainerin trotz stärkstem Wettbewerb durch interessante Serviceleistungen gute Geschäfte macht	59
Beispiel Nr. 7: Wie ein IT-Berater durch eine fixe Idee seinen Kunden einen einzigartigen Service bietet und so zu neuen Anfragen kommt	61
Beispiel Nr. 8: Wie einzelne Verkäufer durch verblüffende Service-Ideen ihre Kunden an sich binden	62
Wie sich Service und Kundenbindung am besten auszahlen	64
4. Kapitel: Die Macht des Glaubens	67
Alles beginnt mit dem Glauben!	67
Was sagen die besten Verkäufer der Welt über die Macht des Glaubens?	68
Warum eine Lexika-Verkäuferin um 300 Prozent besser verkauft als ihre Kollegen	70
Warum bei Fred Hoch plötzlich die Umsätze explodierten	83
Wie Sie über den Glauben Ihre Überzeugungskraft verstärken können	87
5. Kapitel: Die Angst der Einkäufer	90
Die neuen Regeln im Umgang mit Einkäufern	90
Wie ein Key Account Manager bei einem neuen Kunden seine Preise durchsetzte	91
Die speziellen Herausforderungen für einen Key Account Manager	95
15 Tipps, die Sie bei den Verhandlungen mit Einkäufern berücksichtigen sollten	98
15 Empfehlungen, wie Sie mit Einkäufern am erfolgreichsten verhandeln	100

6. Kapitel: Mut zu neuen Strategien	103
Wie ein Profi intuitiv die richtigen Strategien findet	103
Kann jeder Verkäufer aus dem Bauch heraus verkaufen?	106
Orientieren Sie sich an Ihren Quoten!	108
Die Geheimformel eines Superverkäufers	110
Das tolle Comeback eines total demoralisierten Verkäufers	111
Ein Phönix steigt aus der Asche	116
15 Empfehlungen, wie Sie einen echten Expertenstatus erreichen und zum Zukunftspartner Ihrer Kunden werden	126
7. Kapitel: Das Geheimnis der Sieger	128
Die Kunst, als Sieger aufzutreten	128
Warum treten so wenige Verkäufer als Sieger auf?	131
Wie erreicht man ein starkes Siegergefühl?	133
Nur erkämpfte Erfolge schaffen ein Siegergefühl!	137
8. Kapitel: Die Macht des Optimismus	139
Wie aus einem Misserfolg plötzlich ein Erfolg wurde	140
Wie man das Teuerste am besten verkauft	142
Wie ein Optimist den Umsatz geradezu explodieren ließ	144
Wie man einen aussichtslosen Wettbewerb gewinnt	146
13 Tipps, wie Sie Ihren Optimismus verstärken können	149
9. Kapitel: Die neue Sprache der Partnerschaft	151
„Für mich ist es jedes Mal ein Fest!“	151
Der Mann, der in drei Tagen mehr verkauft als seine Kollegen in fünf Tagen	164
Verkaufsgespräch eines Verkäufers von Elektroheizungen	171

Teil 2: Die Strategien der Sieger	175
10. Kapitel: Neukundenakquisition am Telefon	177
Wie eine professionelle Telemarketing-Agentur vorgeht	177
Gesprächsleitfaden 1 für die telefonische Terminvereinbarung	186
Gesprächsleitfaden 2 für die telefonische Terminvereinbarung	190
Die raffinierte Terminvereinbarung eines Verkäufers von Elektroheizungen	192
30 Tipps für die telefonische Terminvereinbarung	194
20 Maßnahmen, mit denen Ihre Umsätze geradezu explodieren ...	197
11. Kapitel: Die vier wichtigsten Schritte im Verkauf	199
Schritt 1: Wie man mit dem Kunden ins Gespräch kommt	200
Schritt 2: Wie man sich und seine Firma vorstellt	203
Schritt 3: Wie man ein aktuelles Problem anspricht	203
Schritt 4: Wie man dem Kunden ein Problem bewusst macht	204
Wie man den Wunsch eines Kunden nach Unterlagen in eine Seminaranmeldung verwandelt	208
12. Kapitel: Die Attraktivität des Angebotes	212
Erfolgsfaktor 1: Die Harmonie	212
Erfolgsfaktor 2: Die Einmaligkeit	223
Erfolgsfaktor 3: Das Erlebnis	226
Erfolgsfaktor 4: Die Kompetenz	240
Erfolgsfaktor 5: Die emotionale Beziehung zum Kunden	241
Die Formel für die Attraktivität Ihres Angebotes	245
13. Kapitel: Die Präsentation als Erlebnis	249
Wie man eine Problemlösung präsentiert und demonstriert	249
Zwölf Empfehlungen, wie Sie aus Ihrer Präsentation das Beste machen können	250
Produktpräsentation „Supergrund“	253
Zehn Tipps, mit denen Sie Ihre Präsentation noch wirkungsvoller gestalten können	255
Wie ein Vertreter auf einen Schlag 40 Waagen verkaufte	258

14. Kapitel: Die Kunst der Einwandbehandlung	260
Der Verkauf beginnt, wenn der Kunde Nein sagt!	261
20 Tipps, wie Sie den Kunden in eine positive, begeisterte Stimmung versetzen	263
Zwölf Tipps, wie Sie „überflüssige“ Einwände vermeiden können	265
Der Kampf mit dem Ego	267
Wie ein Top-Vertreter mit Selbstbewusstsein auch schwierige Einwände erfolgreich abwehrt	270
Spontane Antworten sind enorm wichtig!	274
Wie Top-Verkäufer auch unmöglich erscheinende Einwände überwinden	277
Wie Sie die wahren Einwände erkennen	290
Motivierende Einstellungen, um Einwände erfolgreich beantworten zu können	292
Wie Sie mit überlegten Fragen aus jeder Sackgasse herauskommen	293
Übersicht über die einzelnen Einwandbehandlungsmethoden	297
15. Kapitel: Der Abschluss als Finale	299
Der Abschluss beginnt vor dem Gespräch	299
Checkliste: Wie Sie sich auf Abschlussverhandlungen erfolgreich vorbereiten können	300
Vier Testfragen, die über Ihren Abschlusserfolg entscheiden	304
Die zehn wichtigsten Fragen eines erfolgreichen Abschlusstrainings	309
Welche Fehler lassen Abschlussgespräche scheitern?	320
Wie sich ein Top-Verkäufer beim Abschluss mit Erfolg durchsetzte	322
Ein absolut „provokierender“ Abschluss	328
Wie sich Top-Verkäufer und Durchschnittsverkäufer beim Abschluss unterscheiden	330
16. Kapitel: Das Erfolgsgeheimnis der Sieger	332
Was die besten Verkäufer anders machen als der Rest.....	332

Schlusswort	341
Dank	343
Quellenangaben und Literaturverzeichnis	345
Über den Autor	347
In eigener Sache	349