

**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](http://www.m-vg.de)

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort zur 8. Auflage .....</b>	<b>11</b>
<b>Vorwort: Auf der Spur der Sieger .....</b>	<b>13</b>
<b>Teil 1: Die Eigenschaften der Sieger .....</b>	<b>17</b>
<b>1. Kapitel: Der Beruf als Berufung .....</b>	<b>19</b>
Warum kaufen Kunden nur von Siegern? .....	19
Das glanzvolle Comeback eines Top-Verkäufers .....	24
Die Erfolgsstrategien der Sieger .....	33
Testen Sie Ihren Siegerstatus .....	36
<b>2. Kapitel: Die Chancen der Nr. 1 .....</b>	<b>38</b>
Werden Sie die Nr. 1 für Ihre Kunden! .....	38
Wie können Sie für Ihre Top-Kunden die Nr. 1 werden? .....	41
<b>3. Kapitel: Die Chancen der Kundenbindung .....</b>	<b>44</b>
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
<b>4. Kapitel: Die Macht des Glaubens</b> .....	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
<b>5. Kapitel: Die Angst der Einkäufer</b> .....	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

<b>6. Kapitel: Mut zu neuen Strategien</b> .....	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
<b>7. Kapitel: Das Geheimnis der Sieger</b> .....	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
<b>8. Kapitel: Die Macht des Optimismus</b> .....	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
<b>9. Kapitel: Die neue Sprache der Partnerschaft</b> .....	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

<b>Teil 2: Die Strategien der Sieger</b> .....	175
<b>10. Kapitel: Neukundenakquisition am Telefon</b> .....	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
<b>11. Kapitel: Die vier wichtigsten Schritte im Verkauf</b> .....	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
<b>12. Kapitel: Die Attraktivität des Angebotes</b> .....	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
<b>13. Kapitel: Die Präsentation als Erlebnis</b> .....	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

<b>14. Kapitel: Die Kunst der Einwandbehandlung</b> .....	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
<b>15. Kapitel: Der Abschluss als Finale</b> .....	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
<b>16. Kapitel: Das Erfolgsgeheimnis der Sieger</b> .....	332
Was die besten Verkäufer anders machen als der Rest.....	332

<b>Schlusswort</b> .....	341
<b>Dank</b> .....	343
<b>Quellenangaben und Literaturverzeichnis</b> .....	345
<b>Über den Autor</b> .....	347
<b>In eigener Sache</b> .....	349