

Verkaufen Heisst Verstehen Den Kunden Sein Handwe

Besser erklären, mehr verkaufen
 Kundenorientiert verkaufen im Technischen Vertrieb
 Verkaufserfolg für KMU
 Auszüge Aus Gerichtlichen Entscheidungen Betr. Den Verkehr Mit Nahrungsmitteln, Genussmitteln und Gebrauchsgegenständen
 Unternehmertum ist nichts für Feiglinge
 Empfehlungsmarketing für das Bankgeschäft
 30 Minuten Emotionales Verkaufen
 Das Powerbuch der Neukundengewinnung
 Verkaufen heißt verstehen
 So gewinnen Sie jeden Kunden
 Verkaufe dein Produkt, nicht deine Seele
 Authentisch verkaufen
 Verkaufen und überzeugen mit Fragen
 Nichts ist spannender als Verkaufen
 Anwendung des Neurolinguistischen Programmierens im Persönlichen Verkauf
 Empathisch kommunizieren und verkaufen: Das Geheimnis kundenorientierter Kommunikation
 Heart-Seller® - Mit der Kraft des Herzens verkaufen, führen, leben
 Verkaufen heißt verstehen
 Mit professioneller Einwandperformance besser verkaufen
 Aktiv verkaufen am Telefon
 Verkaufen heißt Zuhören
 Authentisch Verkaufen
 Verkaufen war gestern
 Marktmacht 50plus
 Consultative value selling
 Professionelles Verkaufen
 Verkaufe dein Produkt, nicht deine Seele
 Der Schlüssel zu mehr Erfolg im Verkauf
 Schlagfertig im Verkauf
 Agiles Veränderungsmanagement im Vertrieb
 Kompaktkurs Verkaufen im B2B
 Verkaufserfolg bei professionellen Kunden
 Managen heißt machen
 LinkedIn Marketing und Social Selling: B2B-Kunden- und Mitarbeiter gewinnen
 Technik verkaufen
 Limbeck. Verkaufen.
 Versicherungen professionell verkaufen
 ZUSAMMENFASSUNG - To Sell Is Human / Verkaufen ist menschlich: Die überraschende Wahrheit über das Bewegen anderer von Daniel H. Pink
 Verkaufen Sie noch oder verführen Sie schon?
 Das neue Hardselling

Verkaufen Heisst Verstehen Den Kunden Sein Handwe

Downloaded from hmg.creci-rj.gov.br by guest

MORA LEVY

Besser erklären, mehr verkaufen Springer-Verlag
 Holger Schön zeigt, wie Vertriebler professionell mit Kundeneinwänden in Verkaufsgesprächen umgehen können. Der Leser erfährt, wie er seine innere Einstellung gegenüber Kundeneinwänden optimiert und welche Techniken er nutzen kann, um mit mehr Wissens- und Handlungskompetenz auf Einwände des Kunden einzugehen. Somit verlieren Einwände wie „Das ist zu teuer!“, „Dafür haben wir keine Zeit!“ oder „Darüber will ich noch nachdenken!“ ihren Schrecken und werden nicht als Misserfolg, sondern als Vorbote eines Verkaufsabschlusses erlebt. Dadurch ist ein Quantensprung in der Entwicklung der Verkäuferpersönlichkeit möglich. Der Weg zum Verkaufserfolg wird dabei mit Geschichten und Praxisbeispielen untermauert.
Kundenorientiert verkaufen im Technischen Vertrieb Redline Wirtschaft
 Unser Erfolg, im Leben wie im Verkauf, hängt zu 95 Prozent

davon ab, wie gut wir uns mit anderen Menschen verstehen. Frank M. Scheelen verrät in *So gewinnen Sie jeden Kunden*, wie man zum Beziehungsmanager wird und jeden Kunden überzeugt - mit der INSIGHTS Methode®. Mit dieser Methode kann der Leser sich selbst richtig einschätzen, das heißt, seine eigenen Stärken und Schwächen herausfinden. Und er erhält ein Instrument, um Kunden systematisch zu »lesen« und anhand von Typologien einzuordnen.
Verkaufserfolg für KMU Springer-Verlag
 Dieses Buch konzentriert sich auf die Funktion des Vertriebsmitarbeiters im Unternehmen und ist branchen- und firmenunabhängig anwendbar. Zur Unterstützung der Vertriebsarbeit entsteht ein Konzept, um sowohl Persönlichkeitsprofile der Kunden erkennen und abbilden als auch gezielt auf diese reagieren zu können. Ein eigens erstelltes IT-Tool bildet dieses Konzept digital ab und erstellt personenspezifische Verkaufsempfehlungen. Im Einzelnen werden folgende Punkte im Buch bearbeitet: - Vergleich zwischen Empathie und Sympathie sowie deren Bedeutung für den Verkauf - Beleuchtung und Vergleich verschiedener

Kommunikationsmodelle - Abbildung von Möglichkeiten, Kommunikationsstörungen zu vermeiden und die persönliche Kommunikation zu optimieren - Entwicklung eines Konzepts, um im Vertrieb Charakterprofile von Menschen zu identifizieren und einzuordnen - Ableitung individueller Verkaufs- und Kommunikationsstrategien in Abhängigkeit des jeweiligen Persönlichkeitsprofils des Kunden - Erstellung einer IT-Anwendung zur gezielten Unterstützung der kommunikativen Vertriebsarbeit - Praktische Anwendung des entwickelten Konzepts im Rahmen einer empirischen Analyse - Darstellung relevanter Verkaufstechniken

Auszüge Aus Gerichtlichen Entscheidungen Betr. Den Verkehr Mit Nahrungsmitteln, Genussmitteln und Gebrauchsgegenständen tradition

Konsensitives Verkaufen ist eine direkt umsetzbare Methode, um mit weniger Druck bessere Resultate zu erzielen. Denn der Kunde verpflichtet sich bereits im Vorfeld zum Kauf, natürlich vorausgesetzt, dass das Angebot seinen Anforderungen entspricht. Der Schlüssel: klare Vereinbarungen und Verhandlungsergebnisse akzeptieren und dadurch stets Authentizität wahren. So gelingt die Kundengewinnung ohne Kampf! „Endlich eine Verkaufsmethode, bei der Käufer und Verkäufer gleichermaßen profitieren. Gaby S. Graupner bringt Fairness und Ehrlichkeit mit Umsatz und Verkaufserfolg zusammen. Das ist Verkaufen für das 21. Jahrhundert.“ Prof. Dr. Lothar Seiwert, Keynote-Speaker und Bestsellerautor Unternehmertum ist nichts für Feiglinge BoD - Books on Demand Technik kann faszinierend sein. Sie kann aber auch verängstigen oder abschrecken. In diesem Dilemma befinden sich viele Verkäufer technischer Produkte, insbesondere dann, wenn sie selbst Techniker sind, der Käufer aber nicht, sondern Manager. Bits und Bytes, Drehzahlen, Arbeitsspeicher oder Datengeschwindigkeit: Darüber kann ein Techniker stundenlang schwärmen. Sein Kunde aber langweilt sich oder versteht nur Bahnhof.

Empfehlungsmarketing für das Bankgeschäft Springer-Verlag Verkaufen ist für die meisten Menschen unangenehm und mit Stress verbunden. Viele sagen deshalb: Verkaufen kann ich nicht. Oder haben ein schlechtes Gewissen, weil sie glauben, als Verkäufer müssten sie andere über den Tisch ziehen oder manipulieren. Dabei stimmt einfach die Vorgehensweise nicht. Gaby S. Graupner zeigt eine grundlegend neue Verkaufsmethode. Der Schlüssel: klare Vereinbarungen. Verbindliche Aussagen auf beiden Seiten. Ergebnisse - auch das Nein des Kunden - akzeptieren. Mit dieser Methode macht Verkaufen richtig Spaß! *30 Minuten Emotionales Verkaufen* GABAL Verlag GmbH

Verkaufen war nie herausfordernder: Das Kaufverhalten hat sich tiefgreifend verändert. Im Zuge der Digitalisierung sind Kunden heute besser informiert, fordernder und schneller als je zuvor. Der neue Experte heißt Kunde! Auch die Zahl der Verkaufskanäle hat sich in den letzten zehn Jahren dramatisch vervielfacht. Einkaufsstrukturen und Entscheidungswege in Unternehmen haben sich massiv gewandelt. Also ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis Roboter und Computerprogramme den Vertrieb übernehmen? Keineswegs, so die These von Vertriebskoryphäe Martin Limbeck. Für ihn steht fest: Verändertes Kaufverhalten erfordert auch neues VERKAUFsverhalten! Schon heute stehen nicht mehr Produkte und Dienstleistungen im Fokus, sondern der Mehrwert für den Kunden. Neugier, Mut und Menschenkenntnis werden damit zu den wichtigsten Verkaufsinstrumenten - die in Zukunft radikal darüber entscheiden, wer einen Kunden für sich gewinnen kann. Und wer könnte die dazu nötige Unterstützung und Orientierung besser geben als einer der reichweitenstärksten Vertriebsexperten Deutschlands, Martin Limbeck? In seinem monumentalen Standardwerk zum Thema Verkaufen präsentiert

Limbeck sein profundes, persönliches Know-how aus über 30 Jahren Verkauf und Vertriebstraining. Vom Erstkontakt bis zur Abschlussfrage, vom Selbstmarketing bis zur Marktbearbeitungsstrategie, von der inneren Haltung, der Relevanz von persönlicher Weiterbildung bis zur Einstellung gegenüber dem Kunden, von klassischen Verkaufstechniken bis zum Umgang mit Hybridgesellschaft, Globalisierung und Buying Center - Limbeck widmet sich detailliert allen Schritten des Verkaufsprozesses und lässt dabei kein Thema außen vor. Erfolgserprobte Strategien, praktische Tipps und wertvolle Anregungen: „LIMBECK. VERKAUFEN.“ ist das Lebenswerk eines Verkäufers aus Leidenschaft - und ein umfassendes Praxisbuch für jeden, der auch in Zukunft erfolgreich verkaufen möchte!

Das Powerbuch der Neukundengewinnung Springer Science & Business Media

Jeder Verkäufer weiß: Altkunden können verwöhnt sein und unerfüllbare Erwartungen hegen oder einfach nur störrisch reagieren. Deswegen bietet die Jagd nach neuen Kunden auch neue Chancen. Schritt für Schritt zeigt Erich-Norbert Detroy, wie motivierte Verkäufer mit Akquisitionslust erfolgreich auf Kundenfang gehen.

Verkaufen heißt verstehen Redline Wirtschaft

LinkedIn als Erfolgsturbo in der B2B Strategie LinkedIn erhöht die digitale Sichtbarkeit mit Branding und reichweitenstarken Maßnahmen für B2B-Unternehmen zum internationalen Wachstum und Recruiting. Viele Praxis-Beispiele, Checklisten und 100 Praxis-Tipps unterstützen dich bei der Entwicklung und Umsetzung erfolgreicher Strategien zur B2B Kunden- und Mitarbeiter-Gewinnung. Mit Personal Branding und Premium-Positionierung, Content Marketing und Social Selling werden LinkedIn Mitglieder erst zu Kontakten, dann zu Leads und danach zu Kunden. Dr. Claudia Hilker hat mit der ODINAST-Methode ein innovatives Strategie-Modell für B2B-Unternehmen zur Entwicklung von LinkedIn-Strategien mit Leitbild entwickelt. Mit dem ODINAST-Vorgehensmodell erfolgt die Umsetzung der LinkedIn Maßnahmen systematisch in zehn Schritten. Das ODINAST-Eisberg-Modell bietet einen Aktionsplan für das operative LinkedIn Management. So werden alle LinkedIn-Erfolgspotenziale für B2B-Unternehmen strategisch ausgeschöpft. Eine einheitliche Markenführung wird mit Ergebnissen erzielt, die alle Stakeholder begeistern. Dieser Praxisleitfaden macht einfach verständlich, wie LinkedIn wirklich funktioniert! Mach es dir leichter: Nutze die ODINAST-Methode als Instrument, um auf LinkedIn erfolgreich zu sein! "LinkedIn ist DIE Social Media Plattform für Profis, manchmal etwas gekünstelt, aber häufig auch sehr informativ und inspirativ. Aktuell ist das Business-Netzwerk definitiv die mächtigste Möglichkeit zur Vernetzung von Geschäftsleuten weltweit, mit Ausnahme von China", Prof. Dr. Karsten Kilian "LinkedIn ist ein Fast-Alleskönner: Wissensspeicher, Diskussions- und Netzwerk-Plattform, Jobbörse, Ideenquelle, Bühne, Lead-Generator - und das alles meist auf hohem Niveau und mit Spaß bei der Sache. Jeder ist selbst schuld, wenn er oder sie bei dieser Party nicht dabei sein möchte", Prof. Dr. Kreutzer

So gewinnen Sie jeden Kunden Redline Wirtschaft

Manche Menschen scheinen "geborene" Verkäufer zu sein. Doch ist das wirklich so? Gibt es ein "Verkäufer-Gen"? Falls nicht: Was zeichnet dann einen erfolgreichen Verkäufer aus? Diese Fragen beantwortet Ihnen dieses Buch. Dabei ist es egal, ob Sie gerade erst mit dem Verkaufen beginnen, bereits ein erfolgreicher Verkäufer sind oder sich als Kunde für einen Perspektivenwechsel interessieren. Es wird kein Fachwissen vorausgesetzt, einzig Ihre Offenheit gegenüber Neuem.

Verkaufe dein Produkt, nicht deine Seele Haufe-Lexware

Wer fragt, gewinnt den Auftrag Viele Selbständige betrachten Verkaufen als notwendiges Übel. Sie empfinden es als

unangenehm, sich selbst und ihre Leistungen anzupreisen. Doch das ist häufig gar nicht notwendig. Die Aufgabe eines guten Verkäufers besteht vielmehr darin, durch punktgenaues Fragen die Bedürfnisse der Kunden zu ermitteln und maßgeschneiderte Angebote zu formulieren. Damit dies gelingt, müssen Verkäufer vor allem eines tun: zuhören! Verkaufsprofi Joachim Skambraks zeigt, wie Verkäufer Kunden für sich gewinnen, Einwänden begegnen und durch taktisch kluges Vorgehen ihre Verkaufsergebnisse um ein Vielfaches steigern können.

Authentisch verkaufen Springer-Verlag

Agilität ist das Erfolgsrezept für schnelle Anpassungen an Markt und Kunde. Und agile Vertriebsteams erzielen mehr Abschlüsse, weil Strukturen und Prozesse im Kundenmanagement beweglicher sind. Doch der Weg zu mehr Agilität muss gut vorbereitet werden. Sie erhalten ein nachvollziehbares und praxiserprobtes Konzept, um als Vertriebsverantwortlicher agile Veränderungen strukturiert und kundenzentriert einzuführen und nachhaltig zu verankern. Befähigen Sie Ihr Team mit Haltung und durch zahlreiche Arbeitshilfen aus der Praxis und begleiten Sie es mit modernen Führungsinstrumenten. Inhalte: - Den Vertrieb schrittweise agil verändern: Vorgehensweise und Instrumente - Kernelemente einer erfolgreichen, agilen Veränderung - Bestandsaufnahme und Zukunft von Agilität und Veränderung im Vertrieb - Konkrete Anwendungsfälle aus der Praxis - Roadmap für agiles Veränderungsmanagement im Vertrieb

Verkaufen und überzeugen mit Fragen Springer-Verlag

Dieses Buch vermittelt Finanzberatern praxisnah die Vorteile von Empfehlungen als Instrument für die Neukundenakquise. Dabei werden dem Leser keine vorgefertigten Formulierungen geliefert; vielmehr findet er eine Vielzahl von Anregungen, Anstößen, Inspirationen, um daraus den zu ihm passenden Weg zu finden. "Find your style" ist das Motto von Gisbert Straden. Denn nur mit Authentizität kann sich persönliche Finanzberatung im Zusammenspiel mit den Möglichkeiten der Digitalisierung (insbesondere die Einbindung von Social Media in die tägliche Arbeit) erfolgreich etablieren. Das Buch lädt ein, unkonventionelle Wege auszuprobieren, ist leicht und flüssig zu lesen und macht Lust auf Vertrieb.

Nichts ist spannender als Verkaufen Springer-Verlag

"Schlagfertig im Verkauf" zeigt Schritt für Schritt, wie man schwierige Verkaufssituationen rhetorisch und mental meistert. Der Leser erfährt, wie er Einwänden spielerisch und mit Witz begegnet, die eigene Reaktionsgeschwindigkeit steigert, Körpersprache gekonnt einsetzt. Darüber hinaus werden die wichtigsten rhetorischen Techniken der Schlagfertigkeit vorgestellt, an Beispielen erläutert und mit Übungen vertieft.

Anwendung des Neurolinguistischen Programmierens im Persönlichen Verkauf BoD - Books on Demand

Dieses Buch zeigt kleinen und mittleren Unternehmen, wie sie ihren B2B-Vertrieb mit einfachen Mitteln effizient gestalten können. KMU unterscheiden sich deutlich von den straff und professionell organisierten Vertriebsorganisationen großer Konzerne, daher sind deren Prozesse nicht 1:1 anwendbar. Häufig verbrennen kleine und mittlere Unternehmen aber Geld, weil sie schlichtweg überdimensionierte, unrealistische oder falsche Vertriebsansätze verfolgen. Der Autor räumt mit gängigen Irrtümern auf, analysiert fünf geläufige Mythen im Verkauf und zeigt, wie es sehr viel besser geht. Er erläutert praktikable Wege und gibt konkrete Anregungen, die ohne theoretischen Überbau direkt umsetzbar sind. „Das Buch enthält anschauliche Beispiele und exzellente Hinweise. Ein ‚must‘ für alle Unternehmen, die ihren Vertrieb verbessern oder mit vertretbarem Aufwand aufbauen wollen.“ Prof. Dr. Astrid Nelke, FOM Hochschule für Oekonomie & Management Berlin „Ein essenzieller Ratgeber für alle Unternehmer, die ihre innovativen Ideen zielgerichtet an den

Markt bringen und ihre Vertriebsprozesse noch effektiver gestalten wollen.“ Prof. Dr. Stefanie Kleimeier-Ros, Maastricht University & Open Universiteit, Niederlande

Empathisch kommunizieren und verkaufen: Das Geheimnis

kundenorientierter Kommunikation BoD - Books on Demand

Es gibt viele Verkäufer, die sehr erfolgreich sind, obwohl sie die Regeln der Verkaufsrhetorik außer Acht lassen. Was macht sie so erfolgreich? Sie überzeugen durch Originalität und ihre Glaubwürdigkeit - sie sind authentisch. Dies ist uns allen angeboren, wird aber durch vielerlei Einflüsse im Leben verschüttet. Wenn Verkäufer es schaffen, ihre Authentizität zurückzugewinnen, werden sie erfolgreicher. Der individuelle Kern ihrer Persönlichkeit kommt dann voll zur Geltung. Im Buch von Hans Vialon und Göran Hajek lernen Verkäufer, wie das geht. Die Autoren zeigen ihnen auch, was Authentizität ausmacht und warum sie im Verkauf so unersetzlich ist, um das Vertrauen des Kunden zu gewinnen. Dabei vermitteln sie ihnen tiefenpsychologische Erkenntnisse, die ihnen helfen, ihre inneren Engpässe für ihren Verkaufserfolg zu finden und schrittweise aufzulösen. Checklisten und Übungen helfen dabei.

Heart-Seller® - Mit der Kraft des Herzens verkaufen, führen, leben expert verlag

Inhaltsangabe: Einleitung: Anliegen der Arbeit ist es, die Grundlagen des Neurolinguistischen Programmierens (NLP) herauszuarbeiten und einen Rahmen dafür zu geben, wie Techniken und Methoden in die Arbeitsweise des Persönlichen Verkaufes eingeordnet werden können. Die Abgrenzung des Umfangs dieser Arbeit auf die Darstellung und Diskussion des NLP im Persönlichen Verkauf und die Ausrichtung der Erfolgskriterien auf die Anwendung dieses Kommunikationsmodells implizieren, daß die Arbeit in erster Linie psychologisch und kommunikationsorientiert ist. Zunächst wird die Einordnung des Persönlichen Verkaufs innerhalb des Marketing vorgenommen und bestehende Theorien, die das Verhalten des Menschen erklären, dargestellt. Später werden dafür im konkreten Fall des Verkaufsgespräches Anwendungen von NLP konstruiert. Es werden die Elemente von NLP und deren Nützlichkeit beim Gebrauch durch den Verkäufer untersucht. Anhaltspunkt ist die Erreichung eines verkaufswirksamen Kundenkontaktes durch Kenntnisse des NLP. Die verbesserte Wahrnehmung, die sich sowohl auf die eigene Person des Verkäufers als auch auf die des Kunden sowie auf die als Rahmen vorhandene Umwelt beziehen kann, ferner präzisere und kongruente verbale und nonverbale Ausdrucksformen und schließlich eine vertrauensförderliche, positive innere Einstellung zu sich selbst und seinem Kunden sind Schritte auf dem Weg dahin. NLP möchte dem Verkäufer Fähigkeiten vermitteln, die es ihm gestatten, ein kundenorientiertes Management zu verkörpern. Diese Fähigkeiten, zu denen der sichere Rückgriff auf eigene Stärken, die verbale und nonverbale Kontaktaufnahme, das Wahrnehmen von Partnerfeedback, das Abstimmen des eigenen Verkaufsverhaltens auf unterschiedliche Wahrnehmungstypen und das Bewußtsein, mehrere Wahlmöglichkeiten im Handeln zu haben sowie der richtige Einsatz der Ressourcen, konstruktive Energie in Widerständen zu erkennen und zu nutzen, gehören dazu. Die einzelnen Entscheidungsprobleme werden im Verkaufsgespräch strukturiert, so daß typische Problembereiche erkennbar und vor allen Dingen auch ihre Beziehungen zum Gesamtsystem des Persönlichen Verkaufs deutlich werden.

Inhaltsverzeichnis: Inhaltsverzeichnis: 1. Einleitung 1

1.1 Problemstellung 1 1.2 Konzeption der Arbeit 3 2. Abgrenzung des Persönlichen Verkaufs und psychologische Grundlagen für das Verkäuferverhalten 5 2.1 Stellung des Persönlichen Verkaufs im Marketing 5 2.2 Der Verkaufsvorgang als soziale Interaktion 8

2.3 Kommunikationsanalyse [...]

Verkaufen heißt verstehen GABAL Verlag GmbH

Wenn Sie diese Zusammenfassung lesen, werden Sie Ihre Meinung über die Welt des modernen Verkaufs ändern. Schluss mit dem Klischee des Verkäufers, der vor Ihrer Tür steht und Ihnen alles verkaufen will, nur nicht das, was Sie brauchen. Heutzutage ist der Verkäufer Ihr Mitarbeiter, Ihr Verbündeter, sogar Ihr Freund! Gleichzeitig werden Sie erkennen, dass Sie selbst ein Verkäufer sind, der sich selbst nicht kennt. Daniel Pink, ein einflussreicher Denker in der Geschäftswelt, sezziert die Praktiken des schwulen Verkäufers und liefert jedem die Schlüssel zum Erfolg, um, wie er sagt, "andere zu bewegen". Sie werden auch entdecken, dass : Um verkaufen zu können, muss man seinen Kunden kennen und wissen, wie man seine Bedürfnisse vorhersehen kann; Die Beziehung zwischen Verkäufer und Käufer hat sich mit dem Aufkommen des Internets und der sozialen Netzwerke umgekehrt; Sie können Ihre eigene Leistung verbessern, indem Sie ein paar einfache Tipps befolgen; Pitcher, improvisieren und abstimmen sind die Schlüsselwörter des modernen Verkäufers. Der Verkauf leidet unter Vorurteilen. Es wird als das Gebiet von zwielichtigen Leuten angesehen, von Betrügern, die mit schönen Worten versuchen, Sie dazu zu bringen, etwas zu kaufen, was Ihnen nicht passt, und das zu einem hohen Preis. Beim Verkaufen geht es jedoch nicht nur um den materiellen Aspekt. Jemanden davon zu überzeugen, seine eigene Meinung zu vertreten, bedeutet auch, sich selbst zu verkaufen. Und jeder von uns tut das jeden Tag, mehr als wir denken. Um im Verkauf oder im Geschäft ohne Verkauf erfolgreich zu sein, müssen Sie sich selbst gut kennen und wissen, wie Sie Ihren Kunden verstehen. Kleiner praktischer Leitfaden...

Mit professioneller Einwandperformance besser verkaufen

BoD – Books on Demand

Das Buch wendet sich an den Ingenieur, der zum Kunden geht. Versteht der Kunde den Ingenieur? Vermutlich nicht, falls der Kunde nicht selbst Ingenieur ist. Versteht der Ingenieur den Kunden? Vermutlich nicht, denn er ist in erster Linie Techniker. Hinzu kommen Zeit- und Kostendruck. Der Verkäufer muß möglichst schon beim Erstgespräch erfassen, worauf es dem Kunden ankommt und eine pragmatische Lösung anbieten können. Nachträgliche Veränderungen sind mit enormen Kosten und Zeitverzögerungen verbunden. Hilfe bietet dieses Buch: Es

ist ein Schnellkurs in Verkaufspsychologie und Verkaufstechnik. Der Schwerpunkt des Buches ist der zielorientierte Umgang mit dem Gesprächspartner im Verkauf. Das Buch besticht durch seinen pragmatischen Ansatz. Der Autor, ein erfolgreicher Verkäufer und Verkaufstrainer, vermittelt die Ergebnisse seiner praktischen Erfahrung. Er bietet eine Anleitung zum Einsatz in der täglichen Praxis.

Aktiv verkaufen am Telefon Springer-Verlag

Verkaufen ist wie verführen! Jeder Verkauf ist ein kleines Abenteuer. Erobern auch. So wie beim Verführen viel zwischenmenschliche und emotionale Kompetenz gefragt ist, so erfordert auch ein Vertragsabschluss gute Rhetorik, Einsatz und sehr viel Gefühl. Der Verkauf bedarf außerdem einer gewissen Vor- und Nachbereitung. Will man einen Kunden langfristig für sich gewinnen, muss man sich schon um ihn bemühen. Ähnlich ist das beim Verführen einer Person, die man anziehend findet und für sich begeistern möchte. Giacomo Casanova ist weltweit für seine Verführungskünste bekannt. Er wusste ganz genau, was er wollte und setzte die notwendigen Schritte, um das auch zu bekommen. Er war zielstrebig und doch agierte er mit einer beneidens- und erstrebenswerten Leichtigkeit. Wenn wir vom „Casanova-Prinzip“ sprechen, meinen wir eine sehr sympathische, persönliche, überaus charmante und zielorientierte Art des Verkaufens. Der Leser/die Leserin wird in diesem Buch mit dem "Casanova-Prinzip" vertraut gemacht. Dazu werden Informationen, Gedanken und Beispiele sowie zahlreiche rhetorische und mentale Techniken für erfolgreiches Verkaufen vermittelt. Der Clou dieses Buches ist die Verknüpfung eines informativen Nachschlagewerks und Verkaufsratgebers mit einem teils erotischen Beziehungsroman. Das heißt ein Verkaufsgespräch wird mit dem Vorgang, wenn man jemanden kennenlernen und für sich gewinnen will, verglichen. Somit werden auch gleichzeitig Emotionen und Gedanken, aber auch auftretende Probleme gegenübergestellt und thematisiert. Durch die Lektüre dieses Buches wird dem Leser/der Leserin die Möglichkeit gegeben, anhand von Exempeln, Informationen und Anregungen, sein/ihr Verkaufspotenzial zu erweitern, um Kunden und Kundinnen leichter für sich zu begeistern. Denn egal ob Profi oder Anfänger, egal in welcher Branche: Verkäufer und Verkäuferinnen bewegen sich in der Königsdisziplin der Wirtschaft! Dieses Buch ist somit ein Nachschlagewerk und eine Inspiration für Verkäufer und Verkäuferinnen und alle, die Menschen für sich gewinnen wollen.