

Inhaltsverzeichnis

1	Social Media im Vertrieb – Wie auch Sie mit SocialSelling erfolgreich sein können	1
1.1	Vertrieb kommt nicht nur von vertreiben	1
1.2	Von nichts kommt nichts – Vertrieb ist ein hartes Brot	2
1.3	Social Media – kein Ding mit sieben Siegeln	2
1.4	Aller Anfang ist nicht schwer – der Weg vom Sales zum Social	3
1.5	Einfacher gesagt als getan – der richtige Content	4
1.6	Content, Kontakt und nun?	5
1.7	Praktische Anwendungsmöglichkeiten des Social Media im Vertrieb	5
1.7.1	Ich vertreibe also bin ich! Erfolgreich?	6
1.7.2	Spürst du ihn schon, den Puls der Zeit?	6
1.7.3	Die Qual der Wahl – wie finde ich die passenden Social-Media-Portale?	7
1.7.4	Geschäftskontakte finden, pflegen und nutzen	8
1.7.5	Viele potentielle Interessenten erreichen	8
1.7.6	Ich, der Interessent und?	9
1.7.7	Viel zu theoretisch? Jetzt kommt Praxis!	9
2	Vertrieb muss einfach (und) anders sein	11
2.1	Vertrieb muss „einfach (&) anders“ sein	11
2.2	Viele Verkäufer beherrschen die Grundprinzipien nicht	14
2.2.1	Mögen Sie Sandwiches?	16
2.2.2	Komm, komm!	17
2.2.3	Sind Sie sinnlich?	19
2.2.4	Preise downsize	20
2.2.5	Die Extrameile	21
2.2.6	It's a real good feeling	24
2.2.7	Facts tell, stories sell	25
2.3	Bleiben Sie im Flow	26
2.3.1	Wie Du kommst gegangen ...	27
2.3.2	Ein alter Hut ... Aber enorm wichtig!	28

2.3.3	Und heute?	29
2.3.4	Das Beste aus zwei Welten	29
2.4	Abschlusstechniken – ja oder nein?	31
2.5	Können Sie die Wahrheit vertragen?	32
2.6	Weiter, immer weiter!	32
2.7	Ein gesunder Geist wohnt in einem gesunden Körper!	33
2.8	Meine 5 wichtigsten Verkaufstipps	35
2.8.1	Halten Sie Ihre Verkaufsgespräche einfach!	35
2.8.2	Nutzen Sie Bilder und Emotionen!	35
2.8.3	Disziplinieren Sie sich und strukturieren Sie sich!	35
2.8.4	Anspannung und Entspannung	35
2.8.5	Pflegen Sie Ihre Bestandskunden	36
3	Die 12 Geheimnisse des Verkaufs	39
3.1	Der Mythos vom geborenen Verkäufer	40
3.1.1	Die 4 Ms – „Man muss Menschen mögen“	41
3.1.2	Der Umgang als Führungskraft mit Top-Verkäufern mit der Eigenschaft der 4 Ms	43
3.1.3	„Wer fragt, führt“	43
3.1.4	Der Umgang als Führungskraft mit der Fähigkeit der Fragetechnik	45
3.2	„Reden ist Silber, Hören ist Gold“	46
3.3	„Vorbereitung ist die halbe Miete“	49
3.3.1	Social Media	50
3.3.2	Webseiten und Newsletter	51
3.3.3	Wirtschafts-Informationen	52
3.3.4	Persönliche Kontakte	53
3.3.5	CRM	54
3.3.6	Der Umgang als Führungskraft mit dem Thema Vorbereitung . . .	55
3.4	„Ablehnung ist Teil des Spiels“	55
3.5	„An Ziele glauben“	58
3.5.1	Der Umgang als Führungskraft mit dem Thema Ziele	60
3.5.2	„Ich sehe es vor mir“	61
3.6	Verschiedene Themen rund um erfolgreiche Führung	62
3.6.1	Der Umgang als Führungskraft mit dem Thema Visualisierung . .	62
3.6.2	Der Umgang als Führungskraft mit dem Thema Imagination . . .	64
3.6.3	„Ich bin ein Musketier“	64
3.6.4	Der Umgang als Führungskraft mit dem Thema Zusammenarbeit	65
3.6.5	„Mein Erfolgs-Netzwerk“	66
3.6.6	Der Umgang als Führungskraft mit dem Thema Netzwerken . . .	67
3.6.7	„Ich bin ein Meister, der übt“	68
3.6.8	Der Umgang als Führungskraft mit dem Thema Lernen	69

3.6.9	„Be Different“	70
3.6.10	Der Umgang als Führungskraft mit dem Thema Positionierung . .	71
3.7	Schlusswort	71
4	Vertriebseffizienz – Sie haben nur die Möglichkeit, in einem einzigen Kontakt das Geschäft abzuschließen – oder auch nicht	73
4.1	Die Vorbereitung	74
4.2	Die Gesprächsvorbereitung	85
4.2.1	Fokus auf das Ergebnis im Gespräch	85
4.2.2	Welche Reputation haben Sie?	87
4.3	Das Gespräch	92
4.4	Die Gesprächs-Nachbereitung	101
4.5	Der sinnvolle nächste Schritt	103
4.6	Das Fazit – Die wichtigsten 5 Punkte	105
5	Der Weg des stillen Verkäufers	107
5.1	Erkennen Sie die Zeichen	107
5.1.1	Die Geburt der Verkaufsprofis	108
5.1.2	Ist Patterson tot ?	110
5.1.3	Kauf mich, kauf mich, kauf mich	114
5.1.4	Gibt es einen anderen Weg?	116
5.1.5	Die Angst vor dem Telefon	116
5.1.6	Ein Strandkorb in Usedom hat mir die Augen geöffnet	118
5.1.7	Die erschreckende Wahrheit: Marketing bringt keine Kunden! . .	118
5.2	Der Weg des stillen Verkäufers	120
5.2.1	Jedes Haus benötigt ein solides Fundament	120
5.2.2	Ideale Kunden – gibt es die wirklich?	121
5.2.3	Schau in den Spiegel – deine idealen Kunden sind wie du	121
5.2.4	Warum kaufen Kunden, was Sie verkaufen?	122
5.2.5	Kunden wollen, dass man ihnen hilft	124
5.2.6	Wie Sie über Ihre Leistung sprechen, führt zum Erfolg	124
5.2.7	Der Aufbau von Vertrauen und Glaubwürdigkeit	125
5.2.8	Bereit, übers Verkaufen zu reden?	126
5.2.9	Kann ich bitte etwas kaufen?	127
5.2.10	Und jetzt ist es Zeit für etwas Werbung	128
5.2.11	Das eigene Netzwerk pflegen	129
5.2.12	Für einen stetigen Strom neuer Kontakte sorgen	130
5.2.13	Empfehlung – die wohl effektivste Marketing-Strategie	131
5.2.14	Ein Turbo für das eigene Marketing	131
5.3	Wissen alleine reicht nicht, es geht immer ums Tun	132