

Joe Girard / Robert L. Shook

Abschlußsicher verkaufen mit Joe Girard

Die goldenen Regeln
des besten Verkäufers der Welt



SPRINGER FACHMEDIEN WIESBADEN GMBH

INHALT

	Vorwort zur deutschen Ausgabe von Erich-Norbert Detroy	9
	Vorwort von Joe Girard	12
I	Die Abneigung gegen Verkäufer überwinden	15
	Ein schwaches Image	16
	Die Wir-Gegen-Sie-Beziehung	17
	Frühere schlechte Erfahrungen mit Verkäufern	19
	Kundenzeit ist wertvolle Zeit	20
	Die meisten Verkäufer denken negativ	22
	Neinsagen fällt schwer	24
II	Sich selbst verkaufen	27
	Verkaufen Sie Ihre Firma	28
	Überzeugt von dem, was Sie verkaufen	29
	Positives Denken muß realistisches Denken sein	31
	Visualisierung	32
	Ein gewinnendes Selbstbild	34
	Allzeit bereit!	35
	Die Äusserlichkeiten des Erfolgs	38
	Das unsichtbare Schild – „Geben Sie mir das Gefühl, wichtig zu sein!“	40
	Auf eigener Scholle verkaufen	42
	Einen Sinn für Humor haben	45
	Kundenpräsentate	47
	Aufrichtigkeit	48
III	Den Verkauf voraussetzen	53
	Immer vom Erfolgsfall ausgehen	54
	Subtile Aussagen als Verkaufsanreiz	55
	Das lernt jeder Jurastudent	57
	Den Kunden ins Geschehen einbeziehen	59
	Nichtstun kann auch „Ja“ bedeuten	62
	Die richtigen Worte verwenden	63
	Den Verkauf bei Nachbestellungen voraussetzen	64

IV	Kaufsignale richtig lesen	67
	Nicht zwischen den Zeilen lesen	67
	Klischees vermeiden	70
	Auf greifbare Fakten achten	72
	Den Kunden miteinbeziehen ... und dann beobachten ...	74
	Seien Sie ein guter Zuhörer	75
	Den Profikäufer lesen	76
	Kunden im sozialen Umfeld beobachten	78
	Egostudium	79
V	Mit Einwänden umgehen	81
	Einwände zeugen von Interesse	82
	Von echten und konstruierten Einwänden	85
	Nie den Kunden in eine Ecke drängen	88
	So entkräften Sie die sechs häufigsten Einwände	90
	„Ich zur Zeit das Geld nicht“	100
	Den Einwand beantworten und den Verkauf abschließen .	101
VI	Zögerlichkeit überwinden	103
	Warum Menschen etwas vor sich herschieben	103
	Entschlossenheit wirkt ansteckend –	
	Unentschlossenheit auch	104
	Zu Ihren Aufgaben gehört es auch, Kunden zu helfen ...	106
	Vorbeugende Massnahmen gegen Zögerlichkeit	108
	Auf das Ego des Kunden anspielen	109
	„Ich will es mir überlegen“	111
VII	Den Verkauf kontrollieren	115
	Eine Lehrer/Schüler-Beziehung	115
	Mit Nachdruck verkaufen	116
	Keine Anrufe durchstellen	119
	Das Vorgespräch	120
	Auftreten mit Autorität	124
	Antwortent auf die Kundenfrage: „Was kostet es?“	126
	Ab und zu ein Nein ist nicht verkehrt	127