

Harry Holzheu

**Wer nicht
lächeln kann,
macht kein
Geschäft**

UEBERREUTER

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	9
Warum Emotional Selling?.....	11
Emotionale Kundenbindung.....	12
Verkaufen ist: „Kaufen machen“.....	15
Die Konsumkrise kann noch lange andauern.....	17
Die Produkte werden immer genormter.....	19
Die Persönlichkeit des Verkäufers entscheidet über Erfolg oder Mißerfolg.....	20
Was können wir von den Amerikanern lernen?.....	22
Welchen Fehler machen Franzosen und Engländer?	25
Haben die Osteuropäer eine Chance?.....	28
Der emotionale Zusammenbruch als Risiko.....	30
Ist auch der Kunde emotional?.....	31
Emotionalität in der wirtschaftlichen Praxis.....	32
Sonderfälle: Automobilhersteller, Verlage, Kirchen	34
Beispiele von Emotional Selling.....	37
UPS, AVIS, Hebel Haus, Interhome, Festo, Essen und Trinken, Ikea, Der Uhrendoktor von Antwerpen, Autos, die gut riechen und glücklich machen	
Die emotionale Zukunft.....	48
Emotionale Verkaufstechniken.....	51
Klassische Verkaufstechniken bleiben oft unwirksam.....	52

Ein neues Einkaufsverhalten bedingt neue Techniken.....	54
Was Kunden und Kundinnen emotional erwarten.....	55
Die emotionale Annäherung.....	56
Emotional Seiling mit dem Straktogramm.....	59
„Grüne" Kunden und was sie erwarten.....	64
„Rote" Kunden und was sie erwarten.....	66
„Blaue" Kunden und was sie erwarten.....	68
Zusammenfassung Struktogramm.....	71
Emotional Seliing mit NLP.....	72
Pacing, die Kunst des Gleichschritts.....	73
Der bevorzugte Kommunikationskanal.....	76
Wodurch sich der Kommunikationstyp zu erkennen gibt.....	78
Verbales Pacing in der Verkaufsargumentation.....	80
Zusammenfassung NLP.....	85
Emotional SeiSing mit Aktivem Zuhören.....	86
Genaueres Hinhören ist Bedingung.....	89
Ein Gespräch ist wie das Meer.....	92
Hektik schadet.....	93
Vertiefende, emotionale Fragen stellen.....	95
Gefühle zurückspiegeln.....	99
Zurückzuspiegelnde Gefühle muß man in ganze Sätze „einpacken".....	103
Tabus.....	112
Gefühlsausdrücke sind ungewohnt.....	112
Wichtige Gefühlsausdrücke und emotionale Fragen (Checkliste).....	114
Die meisten Gefühlsausdrücke (Checkliste).....	115
Zusammenfassung Aktives Zuhören.....	117

Emotional Personal Selling.....119

Charisma.....	120
Der eigene Sympathiewert.....	123
Eigene Gefühle managen.....	125
Eine wirksame Atemübung.....	129
Positiv auf Menschen zugehen.....	130
Bezugspersonen am Bildschirm.....	132
Selbstmotivation und Sinnfindung.....	135
Die ersten Gedanken des Tages.....	136
Die Frage nach dem Sinn.....	137
Der persönliche Fanclub.....	141
Der Moment der Begegnung.....	143
Körpersprachsignale der Zuwendung.....	149
Persönliche Gefühlsappelle im Emotional Personal Selling.....	153
Reklamationen sind mit schlechten Gefühlen verbunden.....	154
Negative Ich-Aussagen als Appell.....	159
Positive Gefühle als Ich-Aussagen.....	161
Bei Ich-Aussagen ist Ehrlichkeit Bedingung.....	162
Commitment.....	163
Das Leitbild.....	165
Die Vereinbarung mit sich selbst.....	167
Das Vorbild.....	170
Vertrauen im Team.....	171
Sieben Punkte für den Erfolg im Team.....	172
Der Kunde muß gute Gefühle haben.....	174

Weiterführende Literatur über Techniken des Emotional Selling.....177