

HANS-PETER FÖRSTER

Bestseller image

Senden Sie typgerechte Wort-Signale.

**Ein Buch für alle, die verkaufen, überzeugen
und beraten müssen.**

Inhalt

Vorwort	9
Einleitung	12
Der Weg nach „oben“	12
Die fünf Ebenen zum Bestseller-Image	16
I Bestseller-Audit	
Grundmuster unseres Verhaltens	25
Erfolg beruht auf Erkenntnis	25
Kundentypologie	27
Typ-Audit: Ihr Bestseller-Zirkel	29
Bestseller- und Kunden-Spektrum	32
Die Perfektionisten	32
Blaues Bestseller-Profil	32
Blaues Kunden-Profil	33
Die Konservativen	34
Grünes Bestseller-Profil	34
Grünes Kunden-Profil	35
Die Impulsiven	38
Gelbes Bestseller-Profil	38
Gelbes Kunden-Profil	39
Die Emotionalen	41
Rotes Bestseller-Profil	41
Rotes Kunden-Profil	42

II Bestseller-Zirkel

Blauer Zirkel	47
i.Station: Gespräche lenken	47
2. Station: Management	48
3. Station: Zeit managen - ein Crashkurs	50
Grüner Zirkel	55
i.Station: Stil zeigen	55
2. Station: Differenzen erkennen	57
3. Station: Vertrauen erwerben	59
Gelber Zirkel	63
i.Station: Barrierenabbauen	63
2. Station: Ihr Auftritt	66
3. Station: Verkaufsfördernde Post	67
Roter Zirkel	79
i.Station: Sympathie gewinnen	79
2. Station: Das Miteinander gestalten	83
3. Station: Gefühle zeigen	86

Bestseller-Sprache

Sprache und Sprechen	95
Mit Sprache überzeugen	95
Der Wohlklang der Stimme	96
Vielredner oder Schweiger?	97
Sprachmuster	97
Kauf-Motivation	98
Initiative ergreifen	98
Probleme lösen	99
Maßstab/Ratschlag	101
Neues/Bewährtes	103
Veränderung/Beständigkeit	105

Kauf-Information	•107
Detail/Überblick	107
Ich/Du	108
Cool/Emotional	109
Einsiedler/Teamfreak	i n
Objekt/Mensch	112
Spielregeln	113
Überzeugung	114
Wahrnehmung und Empfindung	116
Mit Wörtern Sinnenreize inszenieren	116
Sehen	118
Hören	120
Fühlen	121
Zappen	123
Grundwerte	125
Grundwerte unserer Gesellschaft	125
Hintergrund	127
Verkaufssituation: Symptom und Therapie	134

IV Bestseller-Marke

Das Bestseller-Interview	143
Die Marke Bestseller	150
Ich-Profil	150
Fragebogen für Bestseller	150
Bestseller-Manual	151
Bestseller-Check	154
Bestseller-Ziele	156

V Bestseller-Kompass

Bestseller-Positionen	163
Fragebogen:	
Welche Erwartungen stellen meine Kunden an mich?	163
Drei Wege, an Ihrem Image zu feilen	167
Werte-Kompass BLAU: Rationales Image	169
Werte-Kompass GRÜN: Konservatives Image	215
Werte-Kompass GELB: Kreatives Image	259
Werte-Kompass ROT: Emotionales Image	307
Literaturhinweise	350