

HANS-PETER FÖRSTER

# Bestseller image

**Senden Sie typgerechte Wort-Signale.**

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

# Inhalt

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Vorwort</b>                          | <b>9</b>  |
| <b>Einleitung</b>                       | <b>12</b> |
| Der Weg nach „oben“                     | 12        |
| Die fünf Ebenen zum Bestseller-Image    | 16        |
| <br>                                    |           |
| <b>I Bestseller-Audit</b>               |           |
| <b>Grundmuster unseres Verhaltens</b>   | <b>25</b> |
| Erfolg beruht auf Erkenntnis            | 25        |
| Kundentypologie                         | 27        |
| <br>                                    |           |
| <b>Typ-Audit: Ihr Bestseller-Zirkel</b> | <b>29</b> |
| <b>Bestseller- und Kunden-Spektrum</b>  | <b>32</b> |
| 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

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

## Bestseller-Sprache

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

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

## **IV Bestseller-Marke**

|                                 |            |
|---------------------------------|------------|
| <b>Das Bestseller-Interview</b> | <b>143</b> |
| <b>Die Marke Bestseller</b>     | 150        |
| Ich-Profil                      | 150        |
| Fragebogen für Bestseller       | 150        |
| Bestseller-Manual               | 151        |
| Bestseller-Check                | 154        |
| Bestseller-Ziele                | 156        |

## **V Bestseller-Kompass**

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