

Jürgen Hauser

Kontrakte durch Kontakte

Networking für Verkäufer



Inhalt

Vorwort	7
Liebe Leserin, lieber Leser	15
1 Warum wir Beziehungen brauchen	17
Die fünf Beziehungsbereiche in unserem Leben	17
Kontakte schaden nur dem, der keine hat	19
Die Vorteile erfolgreichen Networkings	21
<i>Checkliste: Mein Netzwerk – Bestandsaufnahme</i>	25
2 Voraussetzungen für den Aufbau von erfolgreichen Beziehungen	27
Die vier Säulen des Glücks	27
Networking führt zu mehr Gemeinschaft	28
Folgende Einstellungen müssen Sie mitbringen, um erfolgreich Beziehungen zu knüpfen	32
Offenheit und Vielseitigkeit	32
Freundlichkeit	32
Einen guten Ruf	33
Neugierde	34
Ehrgeiz	34
Bereitschaft, sich aus der Komfortzone herauszubewegen	35
Eine hohe Frustrationsgrenze	35
Geduld	36
<i>Checkliste: Selbstüberprüfung meiner Voraussetzungen</i>	37

3 Wie Sie erfolgreich Beziehungen aufbauen und pflegen	39
First things first: Sammeln Sie Daten	39
Zehn Rezepte gegen „Vitamin-B“-Mangel	43
Nehmen Sie sich Zeit für Networking!	43
Seien Sie ein interessanter Gesprächspartner!	44
Seien Sie erfinderisch!	46
Zeigen Sie sich so oft wie möglich!	47
Helfen Sie Ihren Kunden in schwierigen Lebenslagen!	47
Nehmen Sie die Interessen anderer wahr!	49
Knüpfen Sie Kontakte zu einflussreichen Personen!	51
Knüpfen Sie Kontakte zu Menschen, die viele Kontakte pflegen!	51
Erledigen Sie auch 'mal unangenehme Arbeiten für Ihre Kunden!	54
Halten Sie die Verbindung zu Ihrem Netzwerk!	54
<i>Checkliste: Wie organisiere ich mein Netzwerk?</i>	57
4 Jede Menge Gelegenheiten, wertvolle Beziehungen zu knüpfen	59
Familienmitglieder, Freunde und Bekannte	59
Funktionsträger, Beamte und VIPs	62
Lobbygruppen	66
<i>Checkliste: Wer gehört zu meinem Netzwerk?</i>	71
5 Keine Beziehung? Kein Geschäft!	73
Ihre Einstellung zum Leben ist Ihre Einstellung zum Verkauf	74
Sie wollen verkaufen, aber was will Ihr Kunde?	77
Erfolg durch Nutzenbieten	77
Was will Ihr Kunde als <i>Mensch</i> ?	78
Was will Ihr Kunde als <i>Geschäftspartner</i> ?	79
Die Landkarte Ihres Kunden	80

<i>Checkliste: Meine Eignung als Verkäufer – meine Beziehung zu meinen Kunden</i>	81
6 Ihr Weg zum Kunden	83
Die zehn immer wiederkehrenden Phasen des Verkaufszyklus	83
Welche Zielgruppe wollen Sie ansprechen?	84
Durch Kaltakquise erfolgreich Kontakte herstellen	85
Tatort: Felix Huby mit der Schere	86
Was Sie bei der Kaltakquise beherzigen sollten	92
Überwinden Sie Ihre Angst vor möglicher Ablehnung!	92
Haben Sie Mut zur Kaltakquise!	94
Gehen Sie auf Menschen zu!	95
Werben Sie für sich und ihre Leistungen und Produkte!	97
Machen Sie den ersten Schritt!	102
Werden Sie für potenzielle Neukunden tätig!	102
Wecken Sie das Interesse Ihrer potenziellen Kunden!	104
Ihr Verkaufsgespräch	108
Empathische Strategien	108
Die „Erste-Hilfe-Karte“	110
Der Umgang mit wichtigen Mitentscheidern	111
Referenzen – Brücken für Erstkontakte	113
<i>Checkliste: Meine Neu- und Stammkunden</i>	114
 7 Nach dem Abschluss ist vor dem Abschluss	 116
Was gibt es Wertvolleres als Empfehlungen?	116
Die fünf erfolgreichsten Empfehlungstechniken	117
Strategische Allianzen	120
Aktivieren Sie die Empfehlungsadresse!	122
Rückmeldungen und Danksagungen an Empfehlungsgeber	122
Referenzen und Selbstmarketing	123
Netzwerke verknüpfen	124
<i>Checkliste: Meine persönliche Empfehlungspraxis</i>	125

8 Ihr Kunden-Bestand ist Ihr wertvollstes Kapital . . .	127
Festigen Sie den Abschluss!	127
Erfolgreiche Strategien zu dauerhaften Bindung des Kunden	131
Und immer wieder Kaltakquise...	139
Systematisieren Sie Ihre Kundendaten und -kontakte	140
<i>Checkliste: Meine Kontakte zu den Bestandskunden</i>	146
9 Top-Netwerker öffnen ihre Trickkiste	148
Aufbau eines neuen Netzwerks beim Stellenwechsel . .	148
Nutzung von bestehenden Netzwerken bei der Stellensuche	148
Vernachlässigen Sie Ihr bisheriges Netzwerk nicht!	150
Gehen Sie beim Aufbau neuer Netzwerke behutsam vor!	152
Wie man erfolgreich ein neues Netzwerk auf- und ausbaut	153
Das Netzwerk als Unternehmenskapital – ein Beispiel	160
<i>Checkliste: Für den Fall einer beruflichen Neuorientierung...</i>	164
10 Bauen Sie Ihren Expertenstatus auf!	166
Ihr Leumund und Ihre Bekanntheit sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren	166
Erzielen Sie die regionale Marktführerschaft!	169
Beispiel: Magnet-Marketing in der Zielgruppe „Apotheker“	170
Beispiel: Käsemanufaktur – Erfolg in der Marktnische	172
Beispiel: Expertenstatus der Ampel-Versicherung in der Zielgruppe „Handwerk“	173

Beispiel: Aufbau des Expertenstatus in einer neuen Versicherungszielgruppe	177
<i>Checkliste: Mein Weg zum Expertenstatus</i>	180
Nachwort	182
Herzlichen Dank!	184
Literaturhinweise und Quellennachweis	187
Der Autor	189