

Bettina von Troschke | Bernhard Haas

Vertriebscoaching

Von der Führungskraft zum Coach



Inhalt

Vorwort	7
1 Vertriebscoaching – was ist das?	11
1.1 Definition und Grundsätze	12
1.2 Nutzen und Ziele	15
1.3 Was ist Vertriebscoaching nicht?	20
1.4 Anforderungen an die Führungskraft	22
2 Coaching ist mehr als Feedback	30
2.1 Das Johari-Fenster	30
2.2 Selbstbild versus Fremdbild	35
2.3 Vom Feedbackgeber zum Fragenprofi	39
3 Coaching von Kundengesprächen	42
3.1 Die drei Phasen des Coaching	42
3.2 Beobachtungsschwerpunkte	52
3.3 Fallbeispiele „Vorgespräch“ und „Coachinggespräch“	57
3.4 Klassische Fehler	72
4 Nützliche Coachinginstrumente	76
4.1 Zieldefinition	76
4.2 Fragetechniken	83
4.3 Die Kunst des Spiegeln	89
4.4 Vereinbarung von Maßnahmen	92
5 Coachingmethoden für Fortgeschrittene	97
5.1 Geschichten und Metaphern	100
5.2 Rollenspiele	105
5.3 Kurzinputs	108

6	Schwierige Situationen erfolgreich meistern	111
6.1	Einwände des Coachees	112
6.2	Machtmissbrauch des Coaches	117
6.3	Rollenkonflikt Führungskraft versus Coach versus Trainer	119
6.4	Stressige Situationen mit Kunden	124
7	Einführung von Vertriebscoaching	134
7.1	Unterstützung im Unternehmen	134
7.2	Grenzen des Vertriebscoaching	136
7.3	Information der Mitarbeiter	142
7.4	FAQ der Mitarbeiter	149
7.5	Zeitpunkt und Zeitrahmen	151
7.6	Enttäuschung vermeiden	153
	Nachwort	158
	Literaturverzeichnis	159
	Glossar der wichtigsten Begriffe	162
	Lösungsvorschläge zu den Übungen	167
	Schatztruhe: Musterdialog und Fragenpool	173
	Die Autoren	181