

# Mehr Verkaufen Mit Körpersprache Gestik Mimik Sig

Angewandte Handelspsychologie reloaded  
 European jeweler  
 Alles, was Sie über das Verkaufen wissen müssen: Ich und der Kunde  
 Strategisches Kundenmanagement  
 Zeitarbeit erfolgreich verkaufen  
 Das Beratungs- und Verkaufsgespräch in Banken  
 Die besten Ideen für erfolgreiches Verkaufen  
 HEARTselling statt HARDselling  
 Verkaufen!  
 Hört auf zu verkaufen - mit Arbeitshilfen online  
 Präsentationstechnik  
 Das 1 x 1 der Präsentation  
 Psychologie für Schiedsrichter  
 Mehr verkaufen durch bessere Kommunikation  
 Gut gefragt ist halb verkauft  
 Eskimos kennen mehr als 100 Wörter für Schnee  
 Erfolgreich verkaufen im B2B  
 Mit Begeisterung verkaufen  
 Verkaufen mit Psychologie  
 Sich verkaufen  
 Verkaufsgespräche in der Pflege - Überzeugen Sie mit Ihren Leistungen  
 Emotion Selling  
 DU bist das Produkt 4.0 - Digitales Verkaufen  
 Verkaufen in einer New York Minute  
 Kundenbindung und Verkauf  
 Machtspiele im Verkauf  
 Limbeck. Verkaufen.  
 Erfolgreich verkaufen für Dummies  
 Zwischen Achtsamkeit und Pragmatismus  
 Lernfelder der Bäckerei und Konditorei - Verkauf  
 Diktatur der Rhetorik oder Rhetorik der Diktatur  
 Verhandlungen gewinnt man im Kopf  
 Jahrbuch Verkaufstraining 98/99  
 Verkauf Direkt Ins Gehirn  
 Nonverbale Kommunikation beim Verkauf  
 Mehr Verkaufen mit Körpersprache  
 Von Termin Frust zu Termin Lust  
 Authentisch verkaufen  
 Das Lust-Prinzip  
 Professionelles Vertriebsmanagement

Mehr Verkaufen Mit Körpersprache Gestik Mimik Sig

Downloaded from [hl.uconnect.hi.u.edu](http://hl.uconnect.hi.u.edu) by guest

## JANIYAH DUNN

*Angewandte Handelspsychologie reloaded* Haufe-Lexware

Die Arbeit im Verkauf wandelt sich grundlegend. An Stelle des manipulierenden Verkäufers tritt der Coach, der den Entscheidungsprozess der Kunden begleitet. Der Autor erklärt Ihnen dieses neue Rollenverständnis und stellt Ihnen neue Methoden, Taktiken und Strategien für einen zeitgemäßen Verkäuferberuf vor. Inhalte: - Überholte Vertriebsstrategien - tarnen, tricksen, täuschen - Beziehungsmanagement wird immer wichtiger - Die Kunst des Hinhörens entwickeln und offene Fragen stellen - Der Verkäufer als Coach im Entscheidungsprozess des Kunden - Beteiligung des Kunden bei der Herstellung des Endprodukts - Der authentische Verkäufer als Experte für Beziehungsgestaltung - Die Autonomie des Kunden - Das Buying Center - Tourenplanung als strategische Aufgabe - Übersicht der vier Phasen des persönlichen Verkaufsgesprächs - Die richtigen Fragen liefern die richtigen Informationen - Die Kundenbegegnung - persönliche Ebene und Sachebene - Die Hierarchie der Emotionen - Das Rad der Erfahrungen - Vier Kundentypen - Die Kundenbetreuung - Die Bedeutung der Kundenadressen

*European jeweler* Springer-Verlag

Dieser Praxisleitfaden fokussiert auf die besonderen Herausforderungen im B2B-Vertrieb. Durch eine systematische Kundenanalyse und eine gründliche Wettbewerbsanalyse, die sich konkret auf den Kunden bezieht, lassen sich neue Geschäftspotenziale identifizieren. Der Aufbau eines systematischen Beziehungsmanagements wird ebenso detailliert behandelt wie das konkrete Verkaufsgespräch beim Kunden. Mit zahlreichen Checklisten, praktischen Tipps und Downloads im Internet.

*Alles, was Sie über das Verkaufen wissen müssen: Ich und der Kunde* Springer-Verlag

Verkaufen war nie herausfordernder: Das Kaufverhalten hat sich tiefgreifend verändert. Im Zuge der Digitalisierung sind Kunden heute besser informiert, fordernder und schneller als je zuvor. Der neue Experte heißt Kunde! Auch die Zahl der Verkaufskanäle hat sich in den letzten zehn Jahren dramatisch vervielfacht. Einkaufsstrukturen und Entscheidungswege in Unternehmen haben sich massiv gewandelt. Also ist es nur noch eine Frage der Zeit, bis Roboter und Computerprogramme den Vertrieb übernehmen? Keineswegs, so die These von Vertriebskoryphäe Martin Limbeck. Für ihn steht fest: Verändertes Kaufverhalten erfordert auch neues VERKAUFsverhalten! Schon heute stehen nicht mehr Produkte und Dienstleistungen im Fokus, sondern der Mehrwert für den Kunden. Neugier, Mut und Menschenkenntnis werden damit zu den wichtigsten Verkaufsinstrumenten - die in Zukunft radikal darüber entscheiden, wer einen Kunden für sich gewinnen kann. Und wer könnte die dazu nötige Unterstützung und Orientierung besser geben als einer der reichweitenstärksten Vertriebsexperten Deutschlands, Martin Limbeck? In seinem monumentalen Standardwerk zum Thema Verkaufen präsentiert Limbeck sein profundes, persönliches Know-how aus über 30 Jahren Verkauf und Vertriebstraining. Vom Erstkontakt bis zur Abschlussfrage, vom Selbstmarketing bis zur Marktbearbeitungsstrategie, von der inneren Haltung, der Relevanz von persönlicher Weiterbildung bis zur Einstellung gegenüber dem Kunden, von klassischen Verkaufstechniken bis zum Umgang mit Hybridgesellschaft, Globalisierung und Buying Center - Limbeck widmet sich detailliert allen Schritten des Verkaufsprozesses und lässt dabei kein Thema außen vor. Erfolgserprobte Strategien, praktische Tipps und wertvolle Anregungen: „LIMBECK. VERKAUFEN.“ ist das Lebenswerk eines Verkäufers aus Leidenschaft - und ein umfassendes Praxisbuch für jeden, der auch in Zukunft erfolgreich verkaufen möchte!

**Strategisches Kundenmanagement** John Wiley & Sons

Wer Kunden werben will, muss seine Leistungen überzeugend, verständlich und transparent präsentieren. Stationäre und ambulante Dienstleister in der Pflege tun sich hier noch schwer. Worte

wie „Bedarfsanalyse“, „Kundenzufriedenheit“ oder „Verkaufsabschluss“ werden in Einrichtungen der Pflege bislang nur ungern benutzt oder sind gar nicht bekannt. Doch die Konkurrenz der Pflegeeinrichtungen untereinander wächst. Jede Einrichtung muss sich so gut wie möglich verkaufen, wenn sie auch in Zukunft Kunden, sprich: Bewohner/Klienten, haben möchte. Dieses Buch präsentiert Verkaufstechniken, die sich ganz speziell dem pflegerischen Bereich widmen. Es zeigt einfach und leicht verständlich, wie sich pflegerische Dienstleistungen gut „verkaufen“ lassen.

**Zeitarbeit erfolgreich verkaufen** Springer-Verlag

Die Herausforderung und eigentliche Aufgabe des Verkäufers liegt darin, Produkte oder Dienstleistungen mit dem Kunden zusammenzuführen. Fast alles wird verkauft und so gut wie nichts findet seinen Weg zum Kunden ohne irgendeine Form der Kommunikation. Und was haben nun Schnee und Eskimos damit zu tun? Der Titel steht für die vielen, teils beabsichtigten, Missverständnisse und hohlen Phrasen, die von vielen Verkäufern genutzt werden. Auf die richtige Kommunikation kommt es also an. Frank Bartels zeigt, dass das Verkaufen stets ein vergleichbarer Vorgang, völlig unabhängig vom Produkt, ist. Es spielt keine Rolle, ob Sie nun Nutzfahrzeuge, Versicherungen, Damenhüte oder Leberwurst verkaufen. In dem Buch lernen Sie, was einen erfolgreichen Verkäufer ausmacht, welche Eigenschaften, welche Motivation, welche Tricks und Kniffe notwendig sind, um ebenfalls einer derer zu werden, denen die Aufträge scheinbar nur so zufliegen und wie Sie mit der richtigen Kommunikation eine intensive Beziehung zum Kunden aufbauen.

**Das Beratungs- und Verkaufsgespräch in Banken** Springer Science & Business Media

Verkaufen ist Kampf, verkaufen ist Kunst und gemeinhin wird es unterschätzt. Ein guter Verkäufer braucht Strategie, Leidenschaft und das richtige Handwerkszeug. Die Leidenschaft müssen Sie schon selbst aufbringen, aber Strategie und Handwerkszeug finden Sie in »Erfolgreich Verkaufen für Dummies«. Tom Hopkins ist als Verkäufer zum Multimillionär geworden und lüftet für Sie nun die Geheimnisse seines Erfolgs. Er erklärt Ihnen, wie Sie Termine setzen, sich richtig präsentieren, was Sie über Ihr Produkt wissen müssen, wie Sie Bedenken zerstreuen und zu guter Letzt den Abschluss tätigen. Ist das alles? Noch lange nicht, er verrät Ihnen auch, warum Sie nicht zu viel über Ihr Produkt verraten sollten ...

*Die besten Ideen für erfolgreiches Verkaufen* tredition

Dieses Buch ist eine kompakte Bedienungsanleitung für sämtliche vertrieblichen Situationen in der Zeitarbeitsbranche. Es zeigt, wie der Vertrieb von Zeitarbeit effizienter gestaltet werden kann und welche seriösen Akquisemöglichkeiten es gibt. Die Autoren behandeln die häufigsten Herausforderungen im Vertrieb, z.B. Planung der Akquise, Telefoneinsatz bei der Neukundengewinnung, Preisverhandlung und die Organisation von Bewerbergesprächen. Mit praxisnahen Musterdialogen und hilfreichen Umsetzungstipps.

**HEARTselling statt HARDselling** John Wiley & Sons

GSA Top Speakers Edition 2012: praxisnahes Verkaufswissen Auch die Autorinnen und Autoren dieses dritten GSA-Bandes sind allesamt ausgewiesene Experten auf ihrem Gebiet. Sie gehören zu den besten Verkaufstrainern im deutschsprachigen Raum. Als Mitglieder der German Speakers Association verstehen sie sich zudem mehrheitlich als Redner. Ob herausragende Verkäufer gute Redner sein müssen, darf zwar bezweifelt werden. Unbestritten ist jedoch, dass herausragende Redner IMMER auch exzellente Verkäufer sind. Ihnen gelingt es, durch Worte Menschen zu gewinnen und zu bereichern, und exakt diese Fähigkeit zeichnet auch einen guten Verkäufer aus. Facettenreich und aus der Praxis heraus vermittelt die Beiträge dieses Bandes Verkaufswissen auf hohem Niveau. Mit Beiträgen von Steffen Becker, Collin Croome, Hans Peter Frei, Jürgen Frey, Rainer Frieß, Matthias Garten, Gaby S. Graupner, Siegfried Haider, René E. Huber, Rainer Jankowski & Heiko van Eckert, Benedikt Janssen, Nicole & Thorsten Jekel, Claudia Kimich, Ulrike Knauer, Helmuth Muthers, Ulf D. Posé, Ingeborg Rauchberger, Markus I. Reinke, Lars Schäfer, Virgil Schmid, Anne M.

Schüller

**Verkaufen!** Gildebuchverlag GmbH

Der Vertrieb ist die Schnittstelle zwischen Anbieter und Kunden. Auf jeder dieser beiden Seiten kann man nur dann erfolgreich arbeiten, wenn das grundlegende Verständnis für die Sicht des jeweils anderen vorhanden ist. "Professionelles Vertriebsmanagement" ist das einzige Buch, das den Vertriebsprozess konsequent aus Anbieter- und Kundensicht darstellt und es so ermöglicht, Strategien und Maßnahmen optimal aufeinander abzustimmen. In den einzelnen Prozessschritten liefert das Buch wichtige Ansatzpunkte für ein profitables Customer Relationship Management. Es zeigt, wie Beziehungen zwischen den beiden Marktpartnern identifiziert, aufgebaut und für beide Seiten dauerhaft profitabel aufrechterhalten werden können. Für die 3. Auflage wurde das Buch aktualisiert und um vertiefende Darstellungen der Themenbereiche Customer Relationship Management (CRM), Key Account Management, Messeauftritt und Customer Integration ergänzt. Abgerundet wird das Buch durch ein ausführliches Kapitel zu Verhandlungsmanagement. Das Buch richtet sich an Mitarbeiter aus Marketing, Vertrieb, Beschaffung und Einkauf sowie an Studierende: - Für Praktiker ist es ein Ideenlieferant zur Verbesserung ihrer Arbeit. - Berufseinsteigern bietet es systematische Erklärungen der einzelnen Phasen und Hinweise auf spezielle Methoden. - Studierende erhalten einen Überblick über Zusammenhänge, Vorgehensweisen, Methoden und Instrumente.

*Hört auf zu verkaufen - mit Arbeitshilfen online* GABAL Verlag GmbH

Schritt für Schritt zu mehr Lebensqualität, Kundschaft und Umsatz. Angenehme Kunden, erfreuliche Zusammenarbeit und steigender Umsatz. Wer wünscht sich das nicht? Kundentermine können frustrieren oder zu einem unvergesslichen Erlebnis werden. Dieses Buch ist eine Inspiration für alle körpernahen Dienstleistern wie Masseure, Fußpfleger, Kosmetiker, Hairstylisten und natürlich Interessierte. Mit einer Denkweise eines Alchemisten die richtige Marketingstrategie finden, Verkaufspsychologie und Umsetzungskompetenz anwenden, so können Sie Ihren Terminkalender mit Terminen füllen, die einen Wow-Effekt auslösen. Begeistern Sie Ihre Kundschaft und sich selbst. Werden Sie zu einem Verfassungsmanager und füllen Sie Ihr Studio, Unternehmen oder Praxis mit den für Sie idealen Kunden. Finden Sie heraus, wie das Neurobiologische Belohnungssystem Sie bestärkt oder daran hindert, Ihre Traumkunden zu gewinnen. Erfahren Sie, warum Menschen die Dienstleistung eines Alchemisten gerne in Anspruch nehmen, während bei herkömmlichen Dienstleistern zögerlich gekauft wird. Entdecken Sie, warum Follower auf Social Media einem Alchemisten bereitwillig folgen. Sie erhalten Werkzeuge an die Hand für den Umgang mit schwierigen Kunden und erfahren, warum Wunschtermine nicht erreicht werden. Von Termin Frust zu Termin Lust ist eine Einladung, lustvoll und kreativ gewünschte Termine zu erlangen und darüber Präsentationstechnik Springer-Verlag

Für Vertriebsmitarbeiter im Innendienst oder Außendienst - Ingenieure - Techniker. Fundiertes Fachwissen, Erfahrung und Einfallsreichtum bieten allein noch keine Garantie für den Erfolg. Leistungen und Ergebnisse, die ein Verkäufer oder eine Führungskraft zu bieten haben, müssen sie auch überzeugend darstellen und präsentieren können: Aktiv und nicht passiv formulieren! Gute Verkäufer müssen auch reden können!

Das 1 x 1 der Präsentation BoD - Books on Demand

Entdecken Sie mit diesem Buch zum emotionalen Verkaufen eine neue Strategie für Vertrieb und Verkauf! Wann kauft ein Kunde? Wann kauft er nicht? Warum gibt es Verkäufer, die von gleichen Produkten zu gleichen Bedingungen mehr verkaufen als andere? Um diese zentralen Fragen geht es in diesem Buch über das emotionale Verkaufen. Die Autoren beschreiben einen neuen, von Wissenschaftlern und Trainern gemeinsam entwickelten Ansatz, der Verkaufskommunikation grundsätzlich anders als bisher erklärt, nämlich aus Sicht der folgenden vier Disziplinen: Neuro-Kommunikation Lernpsychologie Stressmedizin Emotionstheorie Das Ergebnis ist eine Verkaufskommunikation, die sowohl kundenzentrierter und bedarfsorientierter als auch wertschätzender und motivierender ist - und damit messbar bessere Ergebnisse und Umsätze erzielt. Inhalte und Zielgruppe: Dieses Buch über das emotionale Verkaufen ist eine unverzichtbare Verkaufsschulung für Führungskräfte und Mitarbeiter mit Kundenkontakt in Verkauf und Vertrieb. Mit seiner Hilfe können Sie Ihre Verkaufszahlen effektiv erhöhen und mehr Kunden gewinnen. Dabei helfen Ihnen die folgenden Inhalte: Ein neues Sales-Modell: Emotion Selling Wie Kaufentscheidungen fallen: Der Weg eines Wortes durch den Kopf von Kunden Messbar besser verkaufen: Emotionen erkennen, analysieren und steuern Kleine Gesten: Die Wirkung von Körpersprache im Verkauf besser verstehen und steuern Wann sind Verkaufsgespräche wirklich gut? Die neue Kommunikation mit Emotion Selling Die 7 wichtigsten Prinzipien des Emotion Selling Zahlreiche Praxisbeispiele, Formulierungsvorschläge und konkrete Tipps helfen bei der praktischen Umsetzung des Emotion Sellings.

**Psychologie für Schiedsrichter** Haufe-Lexware

Wie baut der Berater eigene Hemmungen in der aktiven Kundenansprache ab? Wie geht er geschickt mit Beschwerden seiner Kunden um? Antworten auf Fragen für "Aktives Verkaufen", Kundenpflege und Neukundengewinnung - nun bereits in der 7. Auflage.

**Mehr verkaufen durch bessere Kommunikation** Springer-Verlag

Essay aus dem Jahr 2011 im Fachbereich BWL - Handel und Distribution, Note: keine, Sprache: Deutsch, Abstract: Mehr verkaufen durch bessere Kommunikation Kommunikation. Es geht nicht ohne. Wir brauchen sie ununterbrochen, um zu erklären, motivieren, zu loben, Anweisungen zu geben, Angebote abzugeben, Reklamationen abzuwickeln, zu schimpfen etc., etc. Jeden Tag kommunizieren wir im Alltagstrott mehr oder weniger gedankenlos, ohne die unendlichen Vorteile, die beim bewussten Gebrauch möglich sind, zu nutzen. Kommunikation ist Interaktion. Es ist der Gedanken- und Meinungsaustausch mit dem Ziel der wechselseitigen Beeinflussung. Wer diesen Prozess konstruktiv gestalten will, muss möglichst schnell • das Kommunikationsziel • die Absicht • den Grund bzw. das Motiv und • die Erwartungshaltung des Gesprächspartners erkennen, um die Diskussion, die Auseinandersetzung, das Gespräch, den Streit zielführend zu gestalten. Um das zu erreichen, muss man zuhören und nicht unterbrechen. Jede Unterbrechung ist, vereinfacht und

übertrieben formuliert, eine Missachtung der gegnerischen Argumente und löst immer Verärgerung oder Aggression aus. Wer nicht zuhört und die eingebrachten Argumente missachtet, sondern nur versucht, die eigenen Argumente durchzusetzen, kann nicht zielführend argumentieren. Der Partner/der Gegner erwartet, dass seine Argumente aufgenommen und geprüft werden. Wenn dieser jedoch feststellt, dass das nicht der Fall ist, ist eine gütliche Einigung nur noch selten möglich. Dabei sollte auch immer daran gedacht werden, was der Kommunikationswissenschaftler Paul Watzlawick gesagt hat: „Man kann nicht nicht kommunizieren.“ Mit anderen Worten, auch wenn man nicht spricht, zeigen Mimik, Körpersprache, Gestik dem anderen mehr oder weniger deutlich, was man denkt und fühlt.

Gut gefragt ist halb verkauft Springer-Verlag

Kein Unternehmen lebt nur von dem, was es produziert, sondern von dem, was es verkauft. Der Verkauf ist die zentrale Abteilung eines jeden Unternehmens. Gibt es grundlegende Techniken, die Verkäufer beachten sollten und kann man diese erlernen? Welche Rolle spielen Manipulation und Rhetorik? Lassen sich die Erkenntnisse moderner Psychologie in den Verkaufsprozess integrieren und wirken diese positiv auf das Verhalten der Verkäufer? Wolf Ehrhardt und Hubert Buschmann kombinieren die Erfolgsfaktoren des Verkaufs mit Erkenntnissen der Psychoanalyse und wenden diese Schritt für Schritt auf die Phasen des Verkaufsgesprächs an. Der erfolgreiche Spitzenverkäufer, der langfristig den Unternehmenswert steigert, ist das Ziel des Buches.

*Eskimos kennen mehr als 100 Wörter für Schnee* expert verlag

Mussolinis stolzgeschwellte Brust und imposante Haltung, Hitlers weit geöffneter Mund und drohender Zeigefinger gehören noch heute zum kollektiven Bild des italienischen und deutschen Diktators am Rednerpult. Pedrotti geht der Frage nach, wie und warum diese von Mussolini und Hitler angewandten körpersprachlichen rhetorischen Strategien auf die damalige Öffentlichkeit wirkten. Als Basis für die Untersuchung dienen Redesequenzen aus Filmaufnahmen jener Zeit, die der Autor hinsichtlich Gestik, Mimik und Kinesik analysiert. So wird deutlich, dass beide Diktatoren über personenspezifische wie auch ähnliche körpersprachliche Muster im je eigenen kulturellen Kontext rhetorischer Tradition verfügten. Im Vergleich der Forschungsergebnisse mit den Erwartungen und der rhetorischen Realität der Gegenwart zeigt sich eine Entwicklung der Redekultur, die durch wirkungsmächtige Medien wie Fernsehen und Internet stark beeinflusst wird.

Erfolgreich verkaufen im B2B GABAL Verlag GmbH

Die nonverbale Kommunikation zwischen Kunden und Verkäufern ist wissenschaftlich kaum untersucht worden. Das vorliegende Buch versucht deshalb, Forschungsergebnisse zur nonverbalen Kommunikation für Verkaufsgespräche auszuwerten und durch eigene praktische Erkenntnisse zu ergänzen. Im Mittelpunkt steht dabei der Theorie-Praxis-Transfer. Diese Schrift wurde im Oktober 1988 vom Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität Paderborn als Dissertation angenommen. Mein akademischer Lehrer, Prof. Dr. Peter Weinberg, hat meinen wissenschaftlichen Werdegang stets gefördert und mir auch persönlich wertvolle Erkenntnisse vermittelt. In Zusammenarbeit mit Dr. Sigrid Bekmeier entstanden mehrere Studien, deren Ergebnisse in diese Arbeit eingeflossen sind. Sie sowie Dipl.-Kff. Andrea Groppel und Dipl.-Kfm. Heiner Spieker haben mir viele wertvolle Anregungen gegeben. Bei den abschließenden Arbeiten am Manuskript wurde ich von meiner Schwester, Frau Helga Niemann, unterstützt. Neben kritischen Anmerkungen half auch ihr persönlicher Zuspruch sehr bei der Fertigstellung der Arbeit. Allen danke ich sehr herzlich. Marion Klammer INHALTSÜBERSICHT Seite A. ZIEL UND AUFBAU DER ARBEIT 1 GRUNDLAGEN DER NONVERBAL EN KOMMUNIKATION 6 B.

**Mit Begeisterung verkaufen** Schlütersche

New York: Kaum eine Stadt wird mit so vielen Attributen versehen, wie diese. New York - das heißt Hektik, Stress, Druck, aber auch Erfolg, für all diejenigen, die den besonderen Bedingungen dieser Stadt gewachsen sind. Nicht umsonst singt Frank Sinatra: "If I can make it there, I'll make it anywhere" (wenn ich es hier schaffe, dann schaffe ich es überall). Jennifer Gluckow hat es geschafft. Und zwar im Verkauf. Deshalb überträgt sie Sinatras zeitlose Weisheit auf ihr Kerngebiet: "Wenn du den Verkauf in New York schaffst, kannst du den Verkauf überall schaffen." Sie nennt den besonderen Moment, in dem sich alles entscheidet, eine New York Minute. Jennifer Gluckow definiert sie als "schnell, klar, direkt und erfolgreich". Eben genau so wie der New Yorker Weg. So ticken die Stadt und ihre Geschäfte. So werden Verkäufe hier und überall sonst auf der Welt getätigt. Angelehnt an den Siedepunkt des Wassers (212 Fahrenheit = 100 Grad Celsius) und die Vorwahl von New York liefert sie in ihrem Buch 212 Ideen und Strategien, die Verkäufern im entscheidenden Moment Erfolg bringen. Egal, ob Sie ein Vertriebsneuling oder ein Verkaufsleiter sind, diese 212 New York Minuten bringen Ihre Verkäufe voran und Ihre Kunden zum Kaufen. Von der Gewinnung von Kunden (online oder persönlich), über die Unterstützung bei der Sicherung lebenslanger Kundenbeziehungen bis hin zum Aufbau von Vertrauen für langfristig profitable Verkäufe - Sie werden in diesem Buch 212 Strategien erfahren, die Ihren Umsatz und Erfolg in die Höhe treiben. Mit diesem Buch werden Sie es auch schaffen und überall auf der Welt erfolgreich verkaufen. Ein modernes Sales-Buch, das den Geist unserer Zeit atmet!

**Verkaufen mit Psychologie** Redline Wirtschaft

Mit psychologischen Fragetechniken noch erfolgreicher im Verkauf Wollen Sie rasch eine tiefe Beziehung zu Kunden aufbauen? Wollen Sie etwaige Widerstände im Verkauf reduzieren? Wollen Sie nicht nur beraten, sondern vor allem auch Verkäufe abschließen? Dann müssen Sie vor allem eines beherrschen: Fragen stellen!

Sich verkaufen BoD - Books on Demand

Ob bei Verkaufs- oder andere Geschäftsgesprächen, das A und O erfolgreicher Verhandlungen ist es, sein Gegenüber richtig einzuschätzen und die unbewussten Prozesse der Kommunikation zu kennen - kurz: die Kunst ist es, zu wissen, was der andere gerade denkt. Das Buch zeigt erstmalig, wie Verhandlungen mit den Erkenntnissen der Gehirnforschung noch weit besser verlaufen. Beispielhaft werden konkrete Situationen analysiert, um die neuronale Ebene der Kommunikation zu veranschaulichen. Das Buch bietet das neuronale Wissen wie auch konkrete Tipps und Anleitungen, um jede Verhandlung souverän zum Ziele zu führen.