

# Verkaufen mit emotionaler Intelligenz

LESEN  
SIE  
SICH  
DIE  
BÜCHER  
VON  
DR. HANS-JÜRGEN  
LIEBOWITZ

- Einleitung
  - Verkaufen durch emotionale Intelligenz
  - Die Schlüssel- und Türöffner-Produkte
  - Die Kunden-Typen
  - Die Körpersprache
  - Die Verkaufspsychologie in Stichworten
- Die Verkaufstechniken
  - Die Rhetorik
  - Die Fragetechniken
- Die Angebotsphase
  - Die Angebotsphase – der zweite Schritt zu Ihrem Erfolg!
  - Richtige Präsentation von Produkt- und Leistungsvorteilen
  - Argumentationstechnik
  - Bedarfsentwicklung
  - Abbau von Hemmschwellen und Hindernissen
  - Einwandbehandlung
  - 10 dialektische Möglichkeiten zur Einwandbehandlung
  - Abfangformulierungen zur Einwandbehandlung



- Die Abschlussphase
  - Der goldene Abschluss, unser Erfolg!
  - Kaufsignale
  - Die Preisargumentation
  - Die Preisdiskussion
  - Psychologische Preisminimierung
  - Die richtige Vorgehensweise bei Rabattgesprächen
  - Vorgehen bei der Abschlusstechnik
  - Abschluss-Techniken und Reaktionsauslöser
- Verstärker
  - Verstärker zur Steigerung der Kundenbindung
- Tages-Clearing



## Ich bitte Sie alle, uns folgende Informationen zu geben:



- Name, Funktion, Firma
- Wie ist Ihre momentane Verkaufssituation?  
Welche Bereiche des Verkaufsgesprächs werden schwieriger?
- Welche Erwartungen haben Sie an das Training?

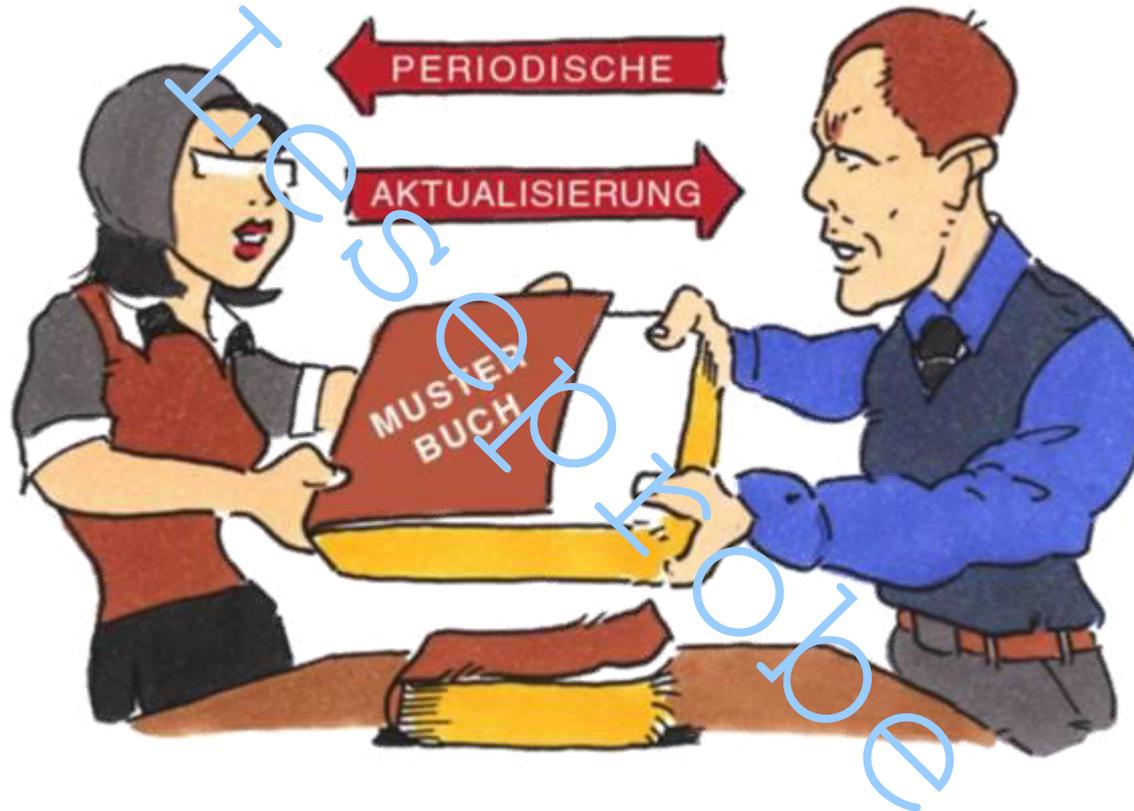




**Gehen Sie auf die Motive und Gefühle des Kunden ein!**

Gründe für das Scheitern eines Verkaufes:

- 50 % aus Mangel an Begeisterung, Überzeugungskraft und Selbstvertrauen
- 40 % aus Mangel an Fleiß
- 10 % aus Mangel an Fach- oder Produktkenntnissen

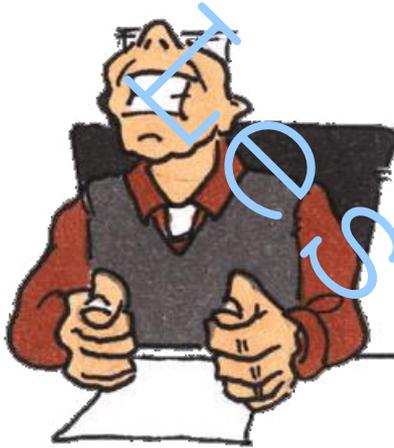


**Denken Sie in Produktketten!**

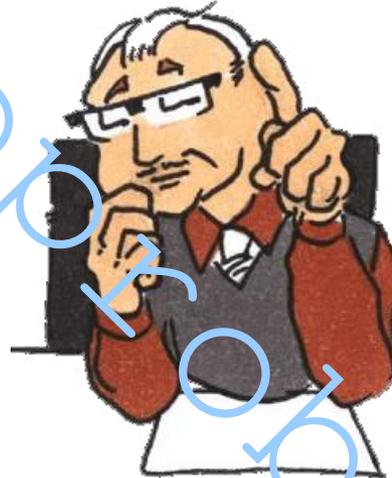


## 1. Nach Verhaltens-Grundtypen

Der Dynamiker



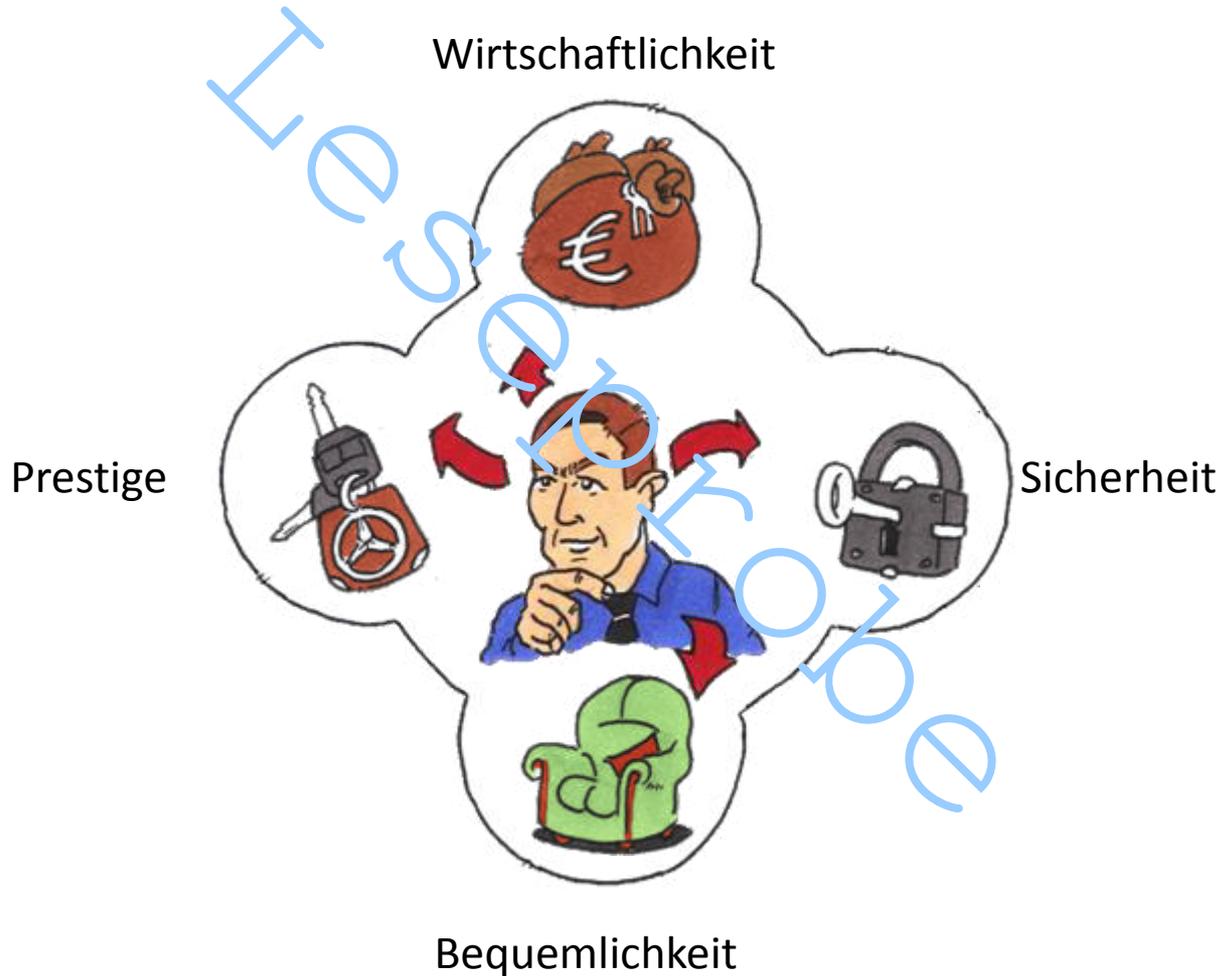
Der Logiker



Der Sympathiker



## 2. Nach Kundentypen und Bedürfnissen:



## 1. Der Wirtschaftlichkeitstyp

Preis- und Leistungsorientierung



## 2. Der Sicherheitstyp

- Stabilität
- Zuverlässigkeit
- Konstante Qualität



### 3. Der Bequemlichkeitstyp

- Alles aus einer Hand
- Service
- Kontinuität
- Zuverlässigkeit



### 4. Der Prestigetyp

- Status-Denken
- Anerkennung und Bewunderung
- Markenbewusstsein

