

Warum Kunden (nicht) kaufen

DAS INHALTS- VERZEICHNIS

» Hier geht's
direkt
zum Buch

Inhalt

Geleitwort **8**

Kontext – wichtig! **10**

REFLEXION

WARUM SIE (NICHT) VERKAUFEN 15

Irrtümer über menschliches Verhalten: ein großes Missverständnis **17**

Wie das Marketing plötzlich (nicht) verkauft hat **23**

Shoppingtour: ein ganz normaler Tag im Leben eines Käufers **31**

Statistik-Bias: wie man im Durchschnitt nicht verkauft **42**

Tellerrand-Bias: wie man Kunden dazu bringt, nicht zu kaufen **48**

Prioritäts-Bias: wie man den Kunden beim Verkaufen vergisst **51**

First-Mover-Bias: wie man den Paradigmenwechsel verschläft **56**

Lust-Bias: wie man am besten nur intern verkauft **62**

Autoritäts-Bias: wie man Daten ohne Verantwortung fälschen kann **66**

Beschäftigungs-Bias: wie man viel macht, ohne etwas zu machen **72**

Benchmark-Bias: wie man sich täuschen lassen kann **78**

MISUNDERSTANDING

WARUM KUNDEN (NICHT) KAUFEN 85

Was Kahnemann nicht gesagt hat **88**

Kunden kaufen leichter als gedacht **95**

Image: Der erste Eindruck zählt **100**

Bedarf und Bedürfnis: die Sprache der Kunden **107**

Auf der Suche nach dem Match 113

Einwände: Ein Nein ist manchmal nur ein Aber 118

Kaufmotive: Charakter lässt sich nicht retuschieren 125

ANALYSIS

EINMAL FLEISSARBEIT BITTE 139

Multiple Käuferpersönlichkeiten: die fünf Gesichter 141

CREATE CONVERSION

INTERESSENTEN ZU KUNDEN MACHEN 175

Grundlagen des Verkaufsprozesses 177

Akquise oder Leadgenerierung 182

Bedarfsanalyse oder Data Analytics 190

Einwandbehandlung – das Nein des Kunden 197

Abschluss oder Conversion 206

Service oder smarter Upsell 216

Wunderschön und datengetrieben 225

OPTIMIERUNG

IMMER BESSER WERDEN 239

Die richtigen Fragen stellen 241

Clarity Compass 244

Die gemeinsame Sprache 247

Die Richtigen fragen 259

An den richtigen Stellen fragen 265

Mut und Tapferkeit 271

Austausch und Lernen 278

Performance-Faktoren: Was sind sie und wie
können sie genutzt werden? 286

PRAXISHILFEN

WIE SIE DIGITAL PROFITABEL VERKAUFEN 291

Aller Anfang ist leicht, wenn man Kekse hat 293

Wer ist dieser Kunde, von dem alle immer reden? 296

Professionalisieren Sie Ihr Wissen über den Kunden 304

Wie möchte der Kunde Ihr Produkt kaufen? 305

Die gute Zusammenarbeit 314

Zur Erinnerung: Warum es entscheidend ist, alle Arbeitshilfen im System
zu nutzen und nicht nur einzelne herauszupicken 321

ANHANG

SHARING 325

Index 345