

Kreativer verkaufen

Lesetipp Verkaufstrainer und Hardselling-Experte Martin Limbeck bringt den Verkaufsprozess wieder auf das Wesentliche: Verkaufen heißt verkaufen. Es geht um den erfolgreichen Abschluss und gleichzeitig um den Aufbau einer langfristigen Beziehung zum Kunden. Wie dies gelingt, zeigt der Autor anhand der acht Stufen einer erfolgreichen Kundenakquise: vom telefonischen Erstkontakt über das Erstgespräch und den Verkaufsabschluss bis hin zum After-Sales-Service. Ob als kurzweiliges Intensivtraining, informatives Nachschlagewerk oder Inspirationsquelle für kreatives Verkaufen – das Buch bietet Know-how für alle, die beim Verkaufen den optimalen Abschluss suchen. Denn Martin Limbeck schreibt nicht nur über Verkaufen, er redet nicht nur über Verkaufen – er lebt Verkaufen.

Tipp: Neu in der 5. Auflage: Social Media und After Sales – wie Top-Verkäufer Kunden noch mehr begeistern.



Martin Limbeck:
Das neue Hardselling
Verkaufen heißt verkaufen – So kommen Sie zum Abschluss
Springer Gabler,
246 Seiten, 39,95 Euro,
ISBN: 978-3-8349-3348-5

Mehr Erfolg durch Spaß

Führungskräfte streben nach fetten Boni und protzigen Karossen. Sie sind umgeben von einer Armada Kaffee kochender Sekretärinnen und lassen es auf Dienstreisen krachen. Das ist das schiefe Bild des Managements in der Öffentlichkeit. Doch viele Führungskräfte suchen nicht Macht oder Statussymbole, sondern Spaß im Job. Klaus Schuster nennt in diesem Buch wirksame Strategien für mehr Erfolg durch weniger Stress und beschreibt, wie man Spaßbremsen löst, ohne flüchtigen Verführungen auf den Leim zu gehen.

Klaus Schuster: Keinen Bock mehr?, Mehr Spaß und Motivation im Management, 190 Seiten, Redline Verlag, ISBN 978-3-86881-327-2, 16,99 Euro.

Tipp: Freches Management-Tool und cleverer Coach in einem

Erfolgsfaktor Mensch

Verkauft wird nicht von Firmen an Firmen, sondern von Menschen an Menschen. „Social Sales“ stellt in den Mittelpunkt, was im B-to-B-Vertrieb wirklich wichtig ist: die Personen hinter dem Vertrag. Bewährte wie innovative Sales-Methoden werden aus den Blickwinkeln von Kunden und Verkäufern zusammengefasst, kommentiert und um die Möglichkeiten eines „Social Business“ erweitert (in englisch).

Andreas Uthmann: Social Sales. The Book. Shake up your B2B sales by leveraging the power of collaboration, social networks and CRM, 90 Seiten, Blueconomics, ISBN: 978-3-842382435, 15,99 Euro

Tipp: Strukturierter Ansatz für den beziehungsorientierten B-to-B-Vertrieb



Wege zum Auftrag

Der Titel des Buches 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.

Frank Bartels: Eskimos kennen mehr als 100 Wörter für Schnee, Kommunikations- und Verhaltensstrategien für Verkäufer, 213 Seiten, ISBN 978-3-8349-3914-2, 34,95 Euro
Tipp: Wie Sie Ihre Kommunikation individuell auf Ihr Gegenüber abstimmen