

Wolf W. Lasko / Peter Busch

Professionelle Neukundengewinnung

Wolf W. Lasko / Peter Busch

Professionelle Neukundengewinnung

Erfolgsstrategien kreativer Verkäufer

3., überarbeitete Auflage



Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

1. Auflage 1996
2. Auflage 2000
- 3., überarbeitete Auflage, November 2003

Alle Rechte vorbehalten

© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2003
Softcover reprint of the hardcover 3rd edition 2003

Lektorat: Manuela Eckstein

Der Gabler Verlag ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.
www.gabler.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Nina Faber de.sign, Wiesbaden

Satz: FROMM MediaDesign GmbH, Selters/Ts.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

ISBN-13: 978-3-322-86759-9

e-ISBN-13: 978-3-322-86758-2

DOI: 10.1007/978-3-322-86758-2

**Dieses Buch ist
unseren Partnern von Winner's Edge
gewidmet.**

Inhaltsverzeichnis

Prolog	9
A: Die 8 Rollen des Neukundenakquisiteurs	11
1. Der Generalist	15
<i>Der Helikopterblick des Generalisten</i>	15
<i>Acht Stufen</i>	18
<i>Kennziffern</i>	22
<i>Zwei Chancen</i>	26
<i>Bleiben Sie in der Wahlphase</i>	27
2. Der Stratege	31
<i>Der Stratege checkt seine Umgebung</i>	31
<i>Pools</i>	35
<i>Die Integration ins Stammkunden-Management</i>	44
3. Der Systematiker	47
<i>Alles zu seiner Zeit</i>	47
<i>Adressen mit System</i>	47
4. Der Diplomat	53
<i>Meister der Witterung</i>	53
<i>Die Kunst der Drei</i>	55
<i>Das Termingespräch</i>	60
5. Der Charismatiker	71
<i>Herr seiner Kräfte</i>	71
<i>Der erste Eindruck zählt</i>	80
<i>Die Gesprächsführung</i>	90
<i>Die Präsentation</i>	99
<i>Die Preisverhandlung</i>	103

6. Der Coach	111
<i>Die Entscheidungsträger</i>	111
<i>Das Angebot</i>	117
<i>Beziehungsmanagement</i>	121
7. Der Macher	129
<i>Der Sprung</i>	129
<i>Der Verkaufsabschluss</i>	129
<i>Der Auftrag</i>	136
8. Der Visionär	139
<i>Ein Visionär betont seine Stärken</i>	139
<i>Der Folgeauftrag und die Leads</i>	139
B: 10 Prinzipien, wie Sie durch Charisma überzeugen und Vertrauen gewinnen	143
1. Eigene Ressourcen mobilisieren	144
2. Mut zum Wagnis – die rote Linie	153
3. Das Pendel des Lebens	164
4. Räuberische Unerledigte	171
5. Wahlfreiheit	180
6. Anstrengung, Fleiß und Disziplin	186
7. Spielregeln und Commitment	193
8. Persönliche Selbstverantwortung	199
9. Funktionierendes Denken	207
10. Prioritäten, Visionen und Ziele	216
C: 8 Ideen, wie Sie politische Seilschaften steuern und nutzen	227
1. Entscheiderstruktur	227
2. Rollenstruktur	229
3. Beziehungsstruktur	231
4. Denkstrukturen	233
5. Seilschaften	236
6. Hidden Agenda	237
7. Der Alliierte	238
8. Konsequenzen und Maßnahmen	239
Epilog	241
Literaturverzeichnis	243
Die Autoren	245