

Wie ticken Ihre Kunden?

Dr. Christoph Labude

Wie entscheiden Kunden wirklich?



Mit dem Wissen des Neuromarketings zu mehr Erfolg im Vertrieb

Linde Verlag, Wien
1. Auflage 2008
176 Seiten
ISBN 978-3-7093-0222-4

Deutscher Sparkassen Verlag, Stuttgart
1. Auflage 2008
176 Seiten
Best.-Nr. 303 116 000

- Aus dem modernen Neuro-Marketing entwickelte neue Ansätze für den Vertrieb
- Instrumente für die effiziente und gezielte Steuerung des Verkaufsprozesses
- Zahlreiche praktische Anwendungen – konkret umsetzbar

Sich in Kunden hineinzusetzen, ihre Verhaltenspräferenzen erkennen, ihre emotionalen und rationalen Entscheidungsprozesse verstehen und somit angemessen und flexibel auf ihr Verhalten reagieren zu können - das sind Fähigkeiten, die ein Verkäufer braucht, um seine Kunden wirklich zu erreichen. Genau darauf kommt es an: Auf die „Synchronisation“ des Verkäufers mit dem Kunden. In diesem Buch werden neue Forschungsergebnisse des Neuro-Marketings aufgegriffen und für die Praxis des Vertriebs nutzbar gemacht.

In seinem Buch „Wie entscheiden Kunden wirklich?“ stellt Christoph Labude eine Reihe praktischer und effektiv anwendbarer Methoden und Instrumente vor: Vom Erkennen der Verhaltenspräferenzen über Konsequenzen für das vor-Ort-Marketing bis hin zur optimalen Kommunikationsstrategie mit dem Kunden. Der Autor wirft einen Blick ins menschliche Gehirn, beschreibt das Entscheidungsverhalten von Kunden und zeigt, welche Auswirkungen dies für den Vertrieb hat.

Zahlreiche Übungen ergänzen die einzelnen Kapitel des Buches und helfen dem Leser, die dargestellten Methoden zu verinnerlichen und in der Praxis erfolgreich einzusetzen. Zwei Analysetools runden die praktische Anwendbarkeit des Buches ab.

Inhalt:

1. Einleitung

Warum es dieses Buch gibt
Wie dieses Buch aufgebaut ist

2. Neuromarketing

Was ist Neuromarketing? Ein kurzer Überblick
Ein Blick in unser Gehirn und das des Kunden: Was passiert da wirklich?
Die Verarbeitung von Informationen
Emotionen sind nicht alles, aber ohne Emotionen ist alles nichts: Der Filter im Gehirn oder was ist relevant?

- Spontanes und reflektiertes Verhalten: Der Schlüssel zur Körpersprache des Kunden
Zahlen, Daten, Fakten über das Gehirn
3. Die limbischen Instruktionen
Drei Grundprogramme, die uns steuern
Lernen Sie die verborgenen Motive Ihrer Kunden kennen
Limbische Profile als Schlüssel im Verkaufsgespräch
Semiografie: Erstellen Sie selbst limbische Profile
 4. Das Limbic-Focus-System
Das Modell der Verhaltenspräferenzen
Wie Sie die Verhaltenspräferenzen Ihres Kunden erkennen
Wie Sie das Verhalten Ihres Kunden beeinflussen können
Wie Sie eine besondere Wirkung erzielen können: Kommunikationsstrategien für Ihre Kunden
Vorlieben und Abneigungen
Abgrenzung zu anderen Modellen
 5. Die Verkaufsverhandlung: In 7 Schritten zum Gleichklang mit dem Kunden
Schritt Nr. 1: Ihre eigene Einstellung, Ihre Ziele und der Kunde
Schritt Nr. 2: Der Einstieg in die Verkaufsverhandlung
Schritt Nr. 3: Fragen stellen und beantworten
Schritt Nr. 4: Umgang mit Zahlen, Daten und Fakten in der Verkaufsverhandlung
Schritt Nr. 5: Mit Einwänden überzeugen
Schritt Nr. 6: Ihr sprachlicher Werkzeugkasten
Schritt Nr. 7: Kaufsignale und Abschlussaktionen
 6. Noch mehr Effizienz in der Verkaufsverhandlung
Wie Sie sich im Verkaufsgespräch mit dem Kunden synchronisieren
Wie Sie mit den richtigen Kernbotschaften und Argumenten Ihre Kunden wirklich erreichen
Visualisierung im Verkaufsgespräch: Pencil Selling und Werbematerial
Das Harvard-Konzept mit neuem Fokus
Verhalten im Buying-Center und Selling-Center
 7. Anhang
Selbstreflexion als Erfolgsschlüssel zur persönlichen Weiterentwicklung
Semiografie: Analysebogen
Welcher Verhaltenstyp sind Sie?
Literaturverzeichnis
Verzeichnis der Abbildungen
Verzeichnis der Übungen

Der Autor:

Dr. Christoph Labude ist seit über 20 Jahren selbständiger Trainer und Berater. Seine Arbeitsschwerpunkte liegen im Bereich Training, Beratung und Coaching für Management, Vertrieb und Service.