

# Inhalt

<b>Warum dieses Buch?</b> .....	<b>7</b>
<b>Wie wird das Verkaufen morgen aussehen? Und welche Überlebenschance hat der Verkäufer?</b> .....	<b>8</b>
<b>Projektverkauf und Produktverkauf – wo liegt der Unterschied?</b> .....	<b>11</b>
Strategie I <b>Das Beuteraster – die richtigen Kunden richtig bearbeiten!</b> .....	<b>17</b>
Strategie II <b>Mache deinen Kunden erfolg-reich!</b> .....	<b>31</b>
Strategie III <b>Zuerst der Mensch, dann die Technik!</b> .....	<b>47</b>
Strategie IV <b>Prozessorientierung bei Analyse und Argumentation!</b> .....	<b>69</b>
Strategie V <b>Besserer Partner statt bessere Produkte!</b> .....	<b>95</b>
Strategie VI <b>Potenzial- und Chancenorientierung!</b> .....	<b>107</b>
Strategie VII <b>Säurefest in Preisverhandlungen!</b> .....	<b>131</b>
<b>Was bedeutet das Verkaufen im Projektgeschäft für die Leiter in Vertrieb und Marketing?</b> .....	<b>149</b>