

# Inhalt

Widmung . . . . .	11
Stöbern in der Ideenkiste . . . . .	12
<b>Zu diesem Buch.</b> . . . . .	13
Karriere: Wer will wieviel Karriere machen? . . . . .	14
<b>1 Ziele zum Erfolg.</b> . . . . .	17
Erfolg: Drei Grundvoraussetzungen . . .	19
Ziele setzen und erreichen. . . . .	21
Was wollen Sie wirklich (erreichen)? . .	22
Finden Sie Ihren Weg zum Ziel. . . . .	24
<b>2 Die persönliche »Inventur«</b> . . . . .	27
Ziele: Ist Ihr Unterbewußtsein einverstanden? . . . . .	29
Technik: Zeichnen Sie Ihre Zukunft! . . .	30
Die Tagebuchtechnik: Liebes Tagebuch . . . . .	32
Warum täglich schreiben? . . . . .	34
<b>3 Zeitprobleme?</b> . . . . .	37
Zeitdiebstahl und Selbstrespekt . . . . .	39
Chronische Zeitprobleme? . . . . .	40
Erinnerung an die Zukunft . . . . .	42
Innere Gelassenheit spart Zeit. . . . .	42
Zeitsparen am Telefon . . . . .	44
Zeitsignale am Telefon. . . . .	46
Spontanität am Telefon? . . . . .	47
Telefonische »Mißverständnisse« . . . .	49

900 Sekunden pro Tag . . . . .	51
Keine Zeit zum Lernen? . . . . .	54
Wissen – mühelos erwerben/ erweitern? . . . . .	55
Zeitmanagement . . . . .	56
Unterbrechungen . . . . .	58
<b>4 Soziale Kompetenz . . . . .</b>	<b>61</b>
Liebe deinen Nächsten...? . . . . .	63
Banalitäten und Gemeinplätze. . . . .	64
Welchen dieser fünf Grundsätze leben Sie (ganz ehrlich!) tagtäglich wirklich aus? . . . . .	67
Profitieren Sie aus Ihren Fehlern? . . . . .	70
Reagieren Sie positiv auf Fehler anderer? . . . . .	72
Das L.S.O.-Geheimnis. . . . .	74
Geistiger Sonnenschein . . . . .	76
So erzeugen Sie Wunder! . . . . .	77
Have a nice day today! . . . . .	79
Wer sich gerne reden hört... . . . . .	81
Wer anderen sagt, was Sache ist.... . . . . .	83
<b>5 Können Sie zuhören? . . . . .</b>	<b>87</b>
Argumentieren heißt (auch) zuhören. . . . .	89
Sie sehen das falsch! . . . . .	91
Klageweiber – Strategie gegen Nörgler . . . . .	93
<b>6 Rhetorik . . . . .</b>	<b>95</b>
Wer braucht Rhetorik? . . . . .	97
Rhetorik heißt: ein Anliegen haben . . . . .	97
Kleine Rhetorik-Tips . . . . .	98
Die Schlagzeilentechnik verschafft Gehör. . . . .	101
Rhetorik: Steine im Fluß. . . . .	103
Professionelle Vorbereitung Ihrer Steine im Fluß . . . . .	105

Die Kassettentechnik zum professionellen Vorbereiten einer (Mini-)Rede . . . . .	107
Motivation von Kunden und Mitarbeitern. . . . .	108
Ein wenig Dialektik . . . . .	110
Achtung: Attacke! . . . . .	113
Was geben Sie Ihren Mitmenschen? . . . . .	115

## **7 Verkaufen: Kommunikation mit Kunden**

<b>und mit Mitarbeitern</b> . . . . .	117
Kundenschwund – warum? . . . . .	119
Chancen am Telefon . . . . .	121
Kennen Sie Ihre akustische Visitenkarte? . . . . .	122
Motivier mich mal, gut sein zu wollen! . . . . .	123
Pygmalion beim Verkaufsgespräch . . . . .	125
Topverkäufer/-innen sind anders . . . . .	127
Kundenakquisition:	
Joe Girards »Birddog-System« . . . . .	129
Joe Girards Riesenrad . . . . .	131
Neun Denkanstöße aus Joe Girards »Verkäuferphilosophie« . . . . .	133
Murray Raphel . . . . .	137
Sieben Tips aus der »Verkaufsphilosophie« von Gary Karrass. . . . .	140
Vertrauensbildende Maßnahmen . . . . .	142
Das Verkaufsgespräch . . . . .	144
Wie schnell denkt Ihr Kunde? . . . . .	146
Nach dem Verkaufsgespräch:	
Notizen machen! . . . . .	147
Reklamationen am Telefon . . . . .	148
Firmenradio – gehen Sie auf Sendung! . . . . .	150
CI – die ersten drei Zielgruppen . . . . .	152
Anruf beim obersten Firmenboß? . . . . .	154
Kostenlose Werbung? . . . . .	155

<b>8 Chefsache</b> . . . . .	159
Führungs-Kraft (?) . . . . .	161
Die Führungskraft als Coach? . . . . .	163
Die »Menschengärtner« der Zukunft . . . . .	164
Mitarbeiter fördern/fordern? . . . . .	165
Stichwort: Weiterbildung . . . . .	167
Lernen: Wie lernfähig sind Sie? . . . . .	169
Docendo discimus! . . . . .	171
Mitarbeiter entmachten heißt, ihre Motivation zu töten . . . . .	172
Die Schere zwischen Sprechen und Handeln . . . . .	174
Auslandsaufenthalte? . . . . .	175
Weltbürger (Eurobürger)? . . . . .	177
<b>9 Moderation von Meetings – Vermeidung von »Pannen«</b> . . . . .	181
Meetings optimieren . . . . .	183
Häufige Verfahrensfragen? . . . . .	184
Gruppendiskussionen . . . . .	186
Der »Fünfer-Dialog« . . . . .	188
Das Proportionalgesetz . . . . .	190
Mr. Immerspät kommt zur Konferenz . . . . .	191
Vielredner in Gruppen . . . . .	193
Mr. Nörgler greift Sie im Meeting an. . . . .	195
<b>10 Erfolg per Post</b> . . . . .	197
Wer sollte seinen Kunden schreiben? . . . . .	199
Mailing-Erfolgsquoten . . . . .	200
Stiehlt Ihr Briefkopf dem Empfänger die Zeit? . . . . .	202
Privatkarten an Kunden? . . . . .	203
Eigentor durch ein erfolgreiches Mailing? . . . . .	204
Post der dritten Kategorie . . . . .	206

## **11 »Bäume ausreißen« –**

<b>Tips für die persönliche Höchstform . . . . .</b>	<b>211</b>
Positive Energie tanken . . . . .	213
Antistress-tips. . . . .	214
Kreativ wie Salvador Dalí . . . . .	215
Effizientes Sorgenmachen . . . . .	217
Endstation: Der Weg zur Hölle. . . . .	219
Anmerkungen . . . . .	221
Literatur . . . . .	225
Stichwortverzeichnis . . . . .	229
Das Windows-Programm A-Plan von Horst Niederheide. . . . .	239
Installation und erste Arbeitsschritte . . . . .	240