

# Testgelesen: Neue Bücher zum Thema Vertrieb

Was erwartet der moderne Kunde von einem Verkaufsgespräch? Wie lässt er sich überzeugen, wenn er vorher schon umfassend im Internet recherchiert hat? Welche Erkenntnisse aus der Neurowissenschaft lassen sich für den Verkauf nutzen, und welche aktuellen Formulierungshilfen gibt es für Verkäufer? Antworten auf diese Fragen bieten vier neue Bücher zum Thema Verkauf und Vertrieb.

► **Markus M. Schwenk: Sell it now! Moderne Verkaufsgespräche gehen anders.** 256 Seiten, BusinessVillage, Göttingen 2013, 24,80 Euro.

„Der Kunde ist König, aber der König ist tot!“ – Der moderne Verkauf erfordert eine Verkaufskultur auf Augenhöhe. Wer als Verkäufer unterwürfig im Sinne eines „Der Kunde ist König“ daherkommt, hat keine Chance und macht auch keinen Kunden glücklich. Das ist eine zentrale Aussage des Buchs „Sell it now“, das sich ausschließlich an Inhaber, Führungskräfte und Verkäufer im Einzelhandel (B2C) richtet. Verkaufen beginnt beim Wahrnehmen des Kunden über Beobachten, Ansprechen, Bedarfsanalyse bis hin zu Preisverhandlungen und Abschlussmethoden. Im Gegensatz zu vielen anderen Autoren spürt man bei Schwenk die jahrelange Praxis im Verkaufstraining und -coaching im B2C-Bereich. Das zeigt sich zum Beispiel in sehr konkreten Formulierungen und Erläuterungen, die eins zu eins im Geschäft angewandt werden können. Zum Beispiel, wie man Trennfilter einsetzt, um einen Sehvon einem Kaufkunden zu unterscheiden und so bei hoher Kundenfrequenz den maximalen Umsatz zu erzielen. Immer wieder zeigt der Autor spannende Themen auf, etwa wie man mehr Umsatz mit dem

Top-Down-Selling erzielen kann oder wie man mit „Geiz-ist-geil“- und „Ich-kauf-das-im-Internet“-Kunden umgeht.

Matthias Garten ■

► **Klaus Angerbauer: Hört auf zu verkaufen. Mit der Neuro Associative Selling Strategie zum Verkaufserfolg.** 237 Seiten, Haufe-Lexware, Freiburg 2013, 29,95 Euro.

Der Titel „Hört auf zu verkaufen“ wirkt auf den ersten Blick irritierend, denn genau um das Thema „Wie verkaufe ich richtig?“ geht es hier. Das Buch beschäftigt sich mit den aktuellen Herausforderungen für Verkäufer aufgrund neuester Erkenntnisse aus der Neurowissenschaft. Von der Persönlichkeit des Verkäufers (innere Einstellung) über die richtige Verkaufsstrategie bis hin zu einem erfolgreichen Selfempowerment (Umgang mit den eigenen Emotionen) erhält der Leser umfangreiche und sehr detaillierte Einblicke. Auf der Basis zahlreicher wissenschaftlicher Studien (leider fehlen hier teilweise genauere Quellenangaben) bekommt der Leser praxisnahe Tipps zum erfolgreichen Verkaufen. Die vom Autor vorgestellte NAS-Strategie zeigt große Parallelen zum Neurolinguistischen Programmieren (NLP). Auch wenn der Ansatz durchaus

interessant erscheint, für den Leser erschließt es sich nicht unbedingt, warum das Thema Verkaufen teilweise auf mehreren Seiten in mathematische Formeln verpackt wird. Die These „Die Gesamtkosten der Lösung sollen kleiner sein als die Summe aus emotionalem Wert und Nutzwert“ in einer mathematischen Formel dargestellt zu sehen, ist sicher einmal interessant, praxistauglich aber wohl eher nicht.

Friedel Krenz ■

► **Dirk Kreuter: Umsatz extrem. Verkaufen im Grenzbereich.** 232 Seiten, Linde, Wien 2013, 19,90 Euro.

Dirk Kreuter ist einer der Topverkaufstrainer Deutschlands. Mit „Umsatz extrem: Verkaufen im Grenzbereich. 10 radikale Prinzipien“ wählt er einen reißerischen Titel, der den Eindruck entstehen lässt, dass der Leser hier Neues und Revolutionäres erfährt. Dirk Kreuter gelingt es, seine Leser mit Beispielen zu faszinieren, er erzählt von eigenen Misserfolgen und Erfolgen im Stil des Storytellings. Das garantiert eine hohe Lesefreundlichkeit. Kreuter macht deutlich, dass Erfolg im Verkauf viel mit der eigenen Persönlichkeit zu tun hat. Er ermutigt dazu, eigene begrenzende Vorstellungen hinter

## Die Testleser:



**Matthias Garten** ist Experte für Multimedia-Präsentationen und Inhaber der Präsentationsagentur Smavicon. Der Trainer, Speaker und Coach unterstützt und berät von der Foliengestaltung bis hin zur persönlichen Wirkung, bietet Präsentations-Apps und Tablet Selling an und ist Organisator der „Präsentationskonferenz“ und des Presentation Bootcamps. Kontakt: kontakt@smavicon.de

**Friedel Krenz** ist Inhaber von coachone – krenz&company personal development, Hannover. Zusammen mit seinen Partnern arbeitet er seit 1999 als Trainer und Business Coach in den Bereichen Finanzdienstleister, IT und Pharma-Unternehmen. Seine Kernthemen liegen in den Bereichen Verkauf und Change sowie der (Nachwuchs-) Führungskräfteentwicklung und dem Coaching. Kontakt: info@coachone.de

**Doris Stein-Dobrinski** ist Inhaberin des Trainings- und Beratungsunternehmens Doris Stein Consulting im Raum Nürnberg. Ihre Schwerpunkte sind Vertriebsberatung und Verkaufstraining, Sales Coaching, Consultative Selling, Kunden- und Serviceorientierung sowie Führung im Vertrieb. Kontakt: mail@doris-stein-consulting.de

**Birgit Stülten** ist seit 2010 freiberuflich tätig und verfügt über langjährige Erfahrungen in den Bereichen Marketing und Vertrieb. Sie arbeitet als Trainerin, Beraterin und Coach vorwiegend für mittelständische Unternehmen. Ihre Kernthemen sind Führungskräfteentwicklung, Kommunikation und Verkauf. Kontakt: bs@stuelten-consulting.de

sich zu lassen und den Mut zu größeren Zielen zu haben, bis hin zur Umsatzverdoppelung in einem Jahr. Dazu gehört laut Kreuter eine entsprechende Fokussierung, Disziplin und konzentrierte Arbeit. Das ist inhaltlich nichts Neues. Ebenso wenig wie der Ansatz des Hunter- und Farmer-Konzepts, der Ansatz der geistigen Brandstiftung und das Prinzip der starken Emotionen. Schade ist, dass Lance Armstrong hier noch als leuchtendes Beispiel präsentiert wird. Dirk Kreuter wäre nicht Dirk Kreuter, würde er nicht immer wieder dafür plädieren, dass allein die konsequente Umsetzung seiner Tipps zu „astronomischen“ Ergebnissen führt. Einen systematischen Leitfaden durch die Struktur eines Verkaufsgesprächs gibt es hier nicht; allerdings gut geschriebene Highlights zum Verkaufsprozess insgesamt.

Doris Stein-Dobrinski ■

► **Markus Milz: Vertriebspraxis Mittelstand. Leitfaden für systematisches Verkaufen.** 291 Seiten, Springer Gabler, Berlin 2013, 39,99 Euro.

Gibt es nicht bereits genügend Vertriebsratgeber? – Mit dieser Frage leitet Markus Milz sein Vorwort ein und formuliert dann den eigenen Anspruch, mit seinem Buch mehr zu bieten: einen Leitfaden, der einen theo-

retisch fundierten Einblick in die Facetten des Vertriebs mit konkreten Handlungsempfehlungen aus seiner langjährigen Beratungs- und Trainingstätigkeit für den Mittelstand vereint und dadurch sowohl als Praxisratgeber als auch als Nachschlagewerk genutzt werden kann. Diese Zielsetzung ist uneingeschränkt erreicht worden. Mithilfe der „Sales Toolbox“, einem Instrument zur Messung und Bewertung spezifischer Bereiche und Prozesse, analysiert und optimiert der Leser in zehn Schritten die Effizienz und Effektivität der eigenen Vertriebsprozesse und Vertriebsstrukturen. Dabei werden alle Bereiche des Vertriebs von der Strategiefindung über Marketing und aktiven Verkauf bis hin zu Vertriebsstrukturen, Controlling und Vertriebsprozessoptimierung beleuchtet. Zahlreiche Fallbeispiele, Checklisten und Praxistipps zeigen systematisch auf, was bei der Vertriebsoptimierung beachtet werden sollte. Ergänzend können auf der Website des Autors verschiedene Dateien aus der „Sales Toolbox“ heruntergeladen werden, die direkt als Vorlagen einsetzbar sind.

Birgit Stülten ■

Die Beurteilungen im Einzelnen – siehe nächste Seite! ►

# Marketing für Trainer

39,90 EUR\*



Bernhard Kuntz  
**Die Katze im Sack verkaufen**  
4. vollst. überarb. Aufl. 2013,  
kt., 320 S  
ISBN 978-3-941965-66-9  
Ladenpreis: 49,90 EUR  
Für Abonnenten von Training  
aktuell nur 39,90 EUR\*

Leseprobe hier:  
[managerSeminare.de/tb/tb-10714](http://managerSeminare.de/tb/tb-10714)

Der Marketing-Bestseller in einer zeitgemäß aktualisierten Fassung: Wer Bildung und Beratung anbietet, muss andere Strategien einsetzen, als für den Verkauf von Konsum- oder Gebrauchsgütern. Durch das Internet haben sich die Marketingmöglichkeiten erweitert. Sie erhalten eine Experten-Empfehlung, wie Sie den Marketing- und Verkaufsprozess, der vom Erstkontakt bis zum Vertragsabschluss zuweilen Jahre dauert, erfolgreich gestalten können. Sie erfahren, wie Kaufentscheidungen ablaufen und wie Sie sich ein Segment mit System erschließen.

\*Sonderpreis gilt *exklusiv* für Abonnenten von **Training aktuell**.  
Jetzt abonnieren:  
[trainingaktuell.de/abonnement](http://trainingaktuell.de/abonnement)

	Sell it now!	Hört auf zu verkaufen	Umsatz extrem
			
<b>Gehalt</b>	Die Dichte ist genau richtig. An den Stellen, wo mehr Informationen gebraucht werden, gibt der Autor diese, etwa bei der exakten Formulierung im Verkaufsgespräch. Die konkreten Anwendungen ermüden nicht, denn sie werden durch Hintergrundinformationen und Geschichten aufgelockert. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>	Das Thema Verkaufen und insbesondere die Beziehung Kunde – Verkäufer wird sehr umfassend behandelt: von der inneren Einstellung des Verkäufers über die richtigen Fragen bis hin zur Einwandbehandlung. Wirklich neue Aspekte kommen nicht unbedingt zum Vorschein. Dem Thema Verkauf wird jedoch aus dem Blickwinkel der Neurowissenschaft ein neuer, durchaus interessanter Anstrich verliehen. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>	Die Infodichte entspricht dem Ziel des Buchs, das darin besteht, auch erfahrene Verkäufer zu motivieren, mit moderner Verkaufspsychologie noch bessere Ergebnisse zu erzielen. Statt Theorien aufzurollen, zeigt Kreuter am eigenen Beispiel, dass und wie das möglich ist. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>
<b>Visuelle Gestaltung</b>	Das Layout des Buches ist sehr schlicht und lesefreundlich gestaltet. Die Seiten sind aufgelockert, die Schriftgröße ist gut und durch Zwischenüberschriften wird Klarheit geschaffen. Allerdings ist das Layout wenig modern. Die Grafiken wirken handgestrickt und das Herausstellen von zentralen Botschaften, Meinungen, Tipps und Tricks in einer grafisch ansprechenden Form fehlt. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>	Guter Mix aus Fließtext, Tabellen und zahlreichen Grafiken. Gute Lesbarkeit. Die in manchen Abschnitten zahlreichen mathematischen Formeln stören nicht sehr. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>	Die optische Gestaltung des Textes weist kaum Highlights auf – so gibt es z.B. weder Grafiken noch Bilder. Das ist schade, denn hier wäre mehr möglich gewesen. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>
<b>Struktur/Gliederung</b>	Das Buch ist sehr gut strukturiert und besteht aus 15 Kapiteln (Module), die ein strukturiertes Verkaufsgespräch, wie es täglich stattfinden könnte, beschreiben. Es ist klar als Lehrbuch angelegt, das von vorne nach hinten durchgearbeitet werden sollte. Kapitelzusammenfassungen und ein Glossar fehlen. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>	Das nachvollziehbar strukturierte Inhaltsverzeichnis gibt einen guten Überblick und ermöglicht dem Leser sowohl ein systematisches Durcharbeiten als auch den individuellen Einstieg in einzelne Themengebiete. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>	Gegliedert ist das Buch in „10 radikale Prinzipien“, deren Anordnung etwas zufällig wirkt. Manche Kapitelüberschriften sind zwar originell, geben jedoch wenig Orientierung fürs Querlesen. In diesem persönlich gehaltenen Buch gibt es weder Stichwortverzeichnis noch Literaturliste. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>
<b>Verständlichkeit</b>	Der Sprachstil ist locker, verkäuferisch und motivierend – ein Mix aus Geschichten, praxisnahen Beispielen, Regeln, Strukturen und direkter Rede. Die Sprache ist klar und einfach und kommt ohne viele Fremdwörter aus. Unterhaltsame Formulierungen motivieren und erhöhen den Unterhaltungswert. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>	Verständliche Sprache und viele gute Praxisbeispiele. Selbst die Darstellung der Abläufe im menschlichen Gehirn erfolgt in nachvollziehbarer Sprache. Allerdings sind die mathematischen Formeln schwer zu verstehen. Weshalb sie selbst bei Themen wie „Vertrauen schaffen“ gebraucht werden, dürfte sich nicht jedem Leser erschließen. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>	Der Autor legt Wert auf ein Höchstmaß an Verständlichkeit. Das gelingt ihm durch zahlreiche aussagekräftige Beispiele aus seiner langjährigen Vertriebs- und Trainingserfahrung. Dabei schießt er manchmal mit Superlativen etwas über das Ziel hinaus. Er spricht den Leser direkt an. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>
<b>Eignung</b>	Geeignet für alle Verkäufer im B2C-Bereich, gleichviel, ob Inhaber, Führungskraft oder Verkäufer im Einzelhandel: Es zeigt strukturiert auf, wie man beim Verkaufen vorgehen muss. Es vermittelt alle Formulierungen und das Hintergrundwissen. Es bleiben wenige Fragen offen.	Aufgrund der zahlreichen und sehr detailliert dargestellten Themengebiete ein umfassender Praxisleitfaden. Für Neueinsteiger in die Branche eine gute Basis mit vielen nützlichen Tipps. Für erfahrene Verkäufer eignet sich das Buch als „Refresher“ und um eingefahrene Verhaltensweisen auf den Prüfstand zu stellen.	Empfehlenswert in erster Linie für Leser mit Vertriebserfahrung. Diese können aus den vorgestellten Tipps sicher Nutzen ziehen. Es gibt einige methodische Hinweise zu ausgewählten Phasen des Vertriebsprozesses und vor allem Impulse zur Selbstreflexion. Jeder muss selbst wissen, wie die Prinzipien mit seinen Werten als Verkäufer vereinbar sind.
<b>Relevanz</b>	Tatsächlich gibt es wenig Literatur, die sich speziell mit Verkauf im Einzelhandel beschäftigt. Ich halte es daher für ein sehr relevantes Buch, ein absolutes Muss für die Zielgruppe. Gerade auch im Hinblick auf die Konkurrenz im Internet und dem starken Wettbewerbsdruck bietet das Buch interessante Aspekte und Anleitungen. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>	Dieses Buch versucht, das Thema Verkaufen auf Basis wissenschaftlicher Studien anders anzugehen. Durch den anderen (Neuro-) Blickwinkel ein Handwerkskasten mit guten praxistauglichen Werkzeugen. Wer einen umfassenden Überblick über Herausforderungen im Vertrieb sucht, ist mit diesem Buch gut beraten. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>	Bücher von Dirk Kreuter sind stets kurzweilig zu lesen. Die Auswahl der Kapitel wirkt allerdings etwas zufällig, und es ist einiges dabei, was man aus seinen früheren Veröffentlichungen bereits kennt. Wer noch kein Buch von ihm besitzt, kann sich hier über eine Art „Best-of“ freuen. <span style="float: right;">■ ■ ■ ■</span>

## Vertriebspraxis Mittelstand



Die Informationsdichte ist insgesamt sehr hoch, sowohl bei den zugrundeliegenden Methoden und Arbeitsweisen als auch bei deren Anwendung in der Praxis. Ein klarer Pluspunkt ist die Menge an umsetzbaren Praxistipps, Tools und weiterführenden Informationsquellen. Wünschenswert wären im Einzelfall ausführlichere Informationen zu einzelnen Modellen und Methoden. ■■■■

### Gehalt

Die Aufmachung des Buches ist sehr ansprechend. Zahlreiche Abbildungen, Checklisten und Tool-Boxen veranschaulichen die Inhalte und stellen auch komplexe Sachverhalte gut nachvollziehbar dar. Mitunter wurde in den Abbildungen jedoch zugunsten der Informationsdichte eine zu kleine Schriftgröße gewählt. ■■■■

### Visuelle Gestaltung

Der Aufbau ist gut durchdacht und führt sinnvoll durch die verschiedenen Bereiche des Vertriebsmanagements. Das Lesen einzelner Passagen oder aktuell interessanter Themen ist durchweg möglich. Jedes Kapitel wird mit einer Zusammenfassung und einer Checkliste eingeleitet und durch Literaturangaben abgerundet. ■■■■

### Struktur/Gliederung

Milz schreibt leicht verständlich und stellt auch theoretische Grundlagen gut nachvollziehbar dar. Der Leser wird direkt angesprochen und durch klar formulierte Handlungsempfehlungen und viele Beispiele dazu motiviert, sich intensiv mit den dargestellten Methoden auseinanderzusetzen. Tools wie die „Akquisitionsspinne“ vereinfachen die Umsetzung. ■■■■

### Verständlichkeit

Das Buch zeichnet sich durch einen hohen Praxisbezug und klare Handlungsempfehlungen aus. Es wurde insbesondere für den Mittelstand konzipiert und bietet einen Fundus an Informationen und Maßnahmen, die speziell für diese Unternehmen zielführend und gut umsetzbar sind. Eine wertvolle Arbeitshilfe für Vertriebssteiger, aber auch für erfahrene Mitarbeiter und Geschäftsführer.

### Eignung

Insbesondere durch die gelungene Verbindung von Theorie und anwendbarer Praxis sticht dieses Buch aus dem großen Angebot an Vertriebsratgebern hervor. Es bietet einen umfassenden Einblick in alle relevanten Bereiche des Vertriebsmanagements. Ein fundiertes Standardwerk mit starker Praxisausrichtung. ■■■■

### Relevanz

Unternehmensberatung GmbH

# KONFLUX



## ➔ Ausbildung zum/zur Integrativen OrganisationsberaterIn

### Erstmals in Österreich!

5 Module von 09.2014 bis 09.2015  
(gesamt 14 Tage)

**INFO** +43 (0)676 / 94 27 719  
office@konflux-beratung.at  
www.konflux-beratung.at/iob-akademie

### CD-Trainingskonzept:

## Erfolgreich verkaufen mit Persönlichkeit



Daniela Reich

### CD-Trainingskonzept: Erfolgreich verkaufen mit Persönlichkeit

CD-ROM mit Trainer-Einzellizenz.

Enthält 123 PPT-Charts, 5 Traineranleitungen,  
17 Handouts, 7 Infos, Online-Ressourcen  
Ladenpreis: 248,00 EUR

**Für Abonnenten von managerSeminare nur  
198,00 EUR\***

Leseprobe hier:  
www.managerSeminare.de/tb/tb-8562

\*Sonderpreis gilt *exklusiv* für Abonnenten von **managerSeminare**.

Jetzt abonnieren:

www.managerseminare.de/abonnement