
Inhaltsverzeichnis

1	Heute und in Zukunft: Noch erfolgreicher telefonieren	1
	„Da bin ich ja nicht mehr authentisch ...“	3
	Das Telefon ist ein intuitives Medium!	3
2	So trainieren Sie sich selbst	7
	Von Hemmschwellen und Glaubensmustern	7
	Positive Konditionierung für erfolgreiche Telefonate ...	8
	Ihre Sprache (und Stimme) – ebenso mächtig wie unbewusst	16
	Interpretationen am Telefon fallen meistens negativ aus	17
	Sich selbst (er)kennen – situative Selbstwahrnehmung	20
3	„Stimmen“ Sie Ihre Stimme!	23
	Immer auf Sendung – die Stimme	23
	Stimmübungen – gewusst wie!	29
	Hörbare, positive Veränderungen	32
	Erhöhen Sie den Redeanteil Ihrer Kunden	36
4	Welcher Atemtyp sind Sie?	41
	Mehr Kraft, Spaß und Erfolg durch typgerechtes Agieren (und Telefonieren)	41
		IX

Die Art der Atmung ist von zentraler Bedeutung	43
Welcher Typ sind Sie: Einatmer oder Ausatmer?	44
Der Einatmertyp	47
Der Ausatmertyp	51
Einatmer- und Ausatmer-Eigenschaften im Vergleich . . .	57
Der, der dazwischen steht: der Fragezeichentyp	61
Der typgerechte Arbeitsplatz	61
5 Die Atemtypen und ihre Charaktermerkmale	65
Was sagt die Terlusollogie über Ihren Charakter?	66
Grundsätzliche Unterschiede zwischen Empfindungs-Denktyp und Denk-Empfindungstyp . . .	68
Welche Auswirkungen die Ich-Betonung hat	71
6 Kommunikationstypen identifizieren und optimal ansprechen	73
Verständigungsprobleme zwischen „Vielredner“ und „Schweiger“	74
Verschiedene Kommunikationstypen	75
Wie Sie Sprachsignale des Kunden erkennen – und typgerecht agieren	77
Für jeden das Richtige	79
7 Entwickeln Sie Ihre Sensitivität!	91
Was bedeutet „Sensitivität“ ganz konkret?	91
Übungen für Telefon-Profis	94
Ihre individuelle Farbsymbolik	102
Psychometrie zur weiteren Optimierung Ihrer Sensitivität	106
8 Intuitiv telefonieren und entscheiden	109
Was bedeutet „Intuition“ genau?	109
Geschäftliche Entscheidungen – besser rational begründet?	116

Der Verstand hat beratende Funktion – Emotionen steuern Entscheidungen	117
Wie „funktioniert“ Intuition?	118
9 Professionell vorbereiten, souverän handeln	123
Lassen Sie sich bei <i>wichtigen</i> Entscheidungen von Ihrem „Überbewusstsein“ helfen	123
Machen Sie Souveränität und Professionalität zu Ihren zentralen Erfolgsprinzipien	126
Wie Sie Ihre Telefonate (künftig) optimal vor-, auf- und nachbereiten	127
10 Mit Facebook, Twitter & Co. den Kontakt zum Kunden halten	133
Das Telefon im Kommunikationsmix	134
Was bedeuten Wiederholungssysteme für Sie und Ihren Umgang mit Gesprächspartnern und Kunden? ...	138
So gelingt die nachhaltige Verankerung „im Kundenkopf“	140
11 Workbook	145
In Stimmung kommen	145
So bekommen Sie Ihre Stimme in die Indifferenzlage ...	145
So reduzieren Sie eine zu hohe Sprechgeschwindigkeit	146
So sprechen Sie deutlicher	146
So treffen Sie den richtigen Ton beim Kundengespräch	146
Überprüfen Sie, ob Sie ein Aus- oder Einatmertyp sind	147
Sind Sie ein Einatmertyp, orientieren Sie sich an folgender Tabelle	148
Sind Sie ein Ausatmertyp, orientieren Sie sich an folgender Tabelle	150

Für jeden das Richtige: Typische Redewendungen und Wortkombination der drei Kommunikationstypen – und wie Sie darauf reagieren	152
Die perfekte Begrüßung	154
Entwickeln Sie mit Hilfe der nachfolgenden Liste passende „Einstiege“ für typische Gesprächssituationen . . .	155
Beispiele für strukturierte Gesprächsführung	156
Übung: So bereiten Sie sich auf Gespräche mit Ihnen bekannten Ansprechpartnern vor	157
Partnerübung: Sensibilisieren Sie sich für die Wahrnehmung von Impulsen	158
Übung: Wie Sie sich auf Telefonate mit Ihnen bekannten Personen einstimmen	159
Übung: Wie Sie sich auf Telefonate mit Ihnen unbekannt Personen (z. B. potenziellen Kunden) einstimmen	159
Checkliste: So bereiten Sie sich optimal auf Ihre Telefonate vor	160
Die wichtigsten Tipps für Ihr Verhalten während eines Telefonats	162
So werten Sie Ihre Telefonate optimal aus	163
Muster: Tägliche Telefon-Erfolgsstatistik	164



<http://www.springer.com/978-3-658-02985-2>

Maximale Kundennähe am Telefon
So nutzen Sie Ihr intuitives Potenzial im Business
Fischer, C.
2013, XIII, 165 S. 16 Abb., Softcover
ISBN: 978-3-658-02985-2