

Inhaltsverzeichnis

Studie: Vom Annehmer zum Verkäufer

Impressum	Seite	2
Vorwort	Seite	3
I. Ergebnisse der Befragung	Seite	6
1. Zielsetzung der Studie	Seite	7
2. Anmerkung zur Studie	Seite	8
3. Ausbildung, Ausübungsdauer, vorherige Tätigkeitsfelder	Seite	9
4. Die Entlohnung der Serviceberater	Seite	11
5. Was macht ein Serviceberater? Wofür wird der größte Zeiteinsatz geleistet?	Seite	15
6. Chancen für Zusatzverkäufe – Chancen für mehr Umsatz und Ertrag	Seite	17
7. Der Serviceberater in seiner Rolle als Neuwagenverkäufer oder Vermittler	Seite	20
8. Die treibende Kraft: Motivation! Was Serviceberater „beflügelt“	Seite	21
9. Zusammenfassung „Serviceberater als aktiver Verkäufer“	Seite	23

II. Praxisteil: Service professionell verkaufen	Seite	24
10. Einleitung zum Praxisteil: Service verkaufen – Luxus oder Notwendigkeit?	Seite	25
11. Serviceberatung im Spannungsfeld zwischen Verkaufen und Beraten	Seite	26
12. Dialogannahme – das Verkaufsinstrument Nr. 1	Seite	28
13. Argumentationssache: Zum Nutzen des Kunden	Seite	33
14. Preisverhandlungen erfolgreich führen	Seite	37
15. Auftragserweiterungen abklären	Seite	41
16. Rechnungserläuterung und Fahrzeugübergabe	Seite	44
17. Servicemarketing mit Erfolg	Seite	47