

DAS WIRST DU LERNEN DER INHALT

EINE KURZE EINLEITUNG	8
DIE VORAUSSETZUNGEN	11
Das Mindset deine Einstellung entscheidet.....	12
Verkäufer? Ich bin doch Künstler!.....	14
Exkurs deine Auffindbarkeit	14
„Ich kann aber 10 Kartentricks ...!“	16
EINE Knappe Marktanalyse für Künstler	18
Deine Zielgruppe und dein Angebot.....	19
HURRA, EINE ANFRAGE!	22
Der Kontakt per E-Mail	23
Der telefonische Kontakt	25
DAS TELEFON KLINGELT ... HILFE!.....	26
Sei bereit!	26
Du hast ein Büro?!	29
Der Rückweg: Der Kunde bittet um Rückruf.....	30
Du bist nicht erreichbar der Anrufbeantworter	31
Anruf-Ping-Pong	34

FAKTOREN FÜR GELUNGENE GESPRÄCHE	41
Die 7 magischen Bausteine	41
Sympathie und Gemeinsamkeiten	41
Ehrlichkeit schafft Vertrauen	44
Die richtige Reihenfolge zum Erfolg	47
EMOTIONAL-ZIELORIENTIERTE KUNDENGESPRÄCHE	49
Der konkrete Ablauf	49
Was kostet das? Bedarf und Bedürfnis	52
Preislisten weg!	53
Die „Fragen-fragen-dürfen“-Frage	55
Feen erfüllen Wünsche!	57
KAUFARGUMENTE	58
Der „McShow-Burger“ Die Ziele des Kunden	60
Vom eigenen Bumerang getroffen!	63
Der Powersatz aus der Ersten-Hilfe	66
Argumentationsschritte	68
Kennen Sie denn nicht jemanden, der ... Kollegenempfehlungen	70
Ich bin der Richtige für Sie!	72
Die Anschluss E-Mail als Erinnerung und Buchungsimpuls	74
E-Mail-Angebote? Blödsinn! Ruf an!	77

Warum kaufen Menschen? Kaufmotive in der Showbranche	82
Der Kunde möchte keine Wunder? Nachfassgespräche	84
E-Mail Hilfsprogramme	88
Dein Skript ist nicht mein Skript!.....	89
Der Nasenfaktor.....	89
Wir verschenken Sie! oder: Ich muss das erst besprechen ...!	92
Benefizveranstaltungen Auftritte umsonst.....	95
VERKAUFSFÖRDERNDE FAKTOREN ZIELFÜHRENDE BAUSTEINE.....	98
Verknappung und Begehrlichkeiten	98
Rabatte, Zugaben und Dreingaben Entgegenkommen	102
Preispakete	108
Referenzrahmen Der Kunde muss vergleichen können.....	113
Eine kurze biografische Geschichte	114
Magische Schlüsselwörter.....	120
Der Idiotenfilter.....	121
Unpaid Consulting Auch mit „umsonst“ gewinnen!	124
Aber der ist billiger!.....	126
Gedankliche Verunsicherung.....	128
Das Prinzip der beruhigenden Verunsicherung	131
Die Drei-Wörter-Guerilla-Antwort auf „Der ist aber billiger!“	132
Preisunterschieds-Argumentations-Finesse.....	134
Zeugenumlastung Kundenmeinungen sind Gold wert!.....	135
Eine weitere Option	139
Lob und Empfehlung generieren	140
Video-Testimonials	141
Offene Fragen Fragen an deine Kunden	143

Der Kunde bucht mit einem „Nein“!	143
Clevere Fragearten	145
Der Rest ist gratis!	148
Die Geld-zurück-Garantie	150
KUNDENFRAGESTUNDE	153
Gebucht!?	158
Spontaneität Sprüche	160
DREI WICHTIGE ARBEITSHINWEISE	162
ABSCHLIESSEND	164
LITERATUR UND QUELLEN	166
DANKSAGUNG	167