

Stimmen zum Buch

Florian von Hornstein, Geschäftsführer, Mediaagentur Serviceplan

„Emotion Selling ist erfreulich einfach zu verstehen, logisch nachvollziehbar und sofort umsetzbar. Das macht es für mich so faszinierend. Erfolgssituationen entstehen schon bei ersten Anwendungen und mit einer konsequenteren Umsetzung wird es bei uns im Unternehmen für viele Jahre eine wichtige Säule des weiteren Unternehmenserfolges sein.“

Hans Wittmann, Medizinischer Geschäftsführer, medi GmbH & Co. KG

„Kunden kaufen, was sie brauchen, bei Menschen, die sie mögen. Kunden kaufen da, wo man ihnen das beste Gefühl vermittelt. Dieser Leitsatz verkörpert für mich den Kern erfolgreicher Sales-Modelle, deren Wirkung ich in verschiedenen Unternehmen gesehen habe. So einfach sich dieser Satz anhört, so anspruchsvoll ist er umzusetzen. Emotion Selling begründet die Idee hochwertiger Kommunikation mit Kunden fundiert und ganz einfach nachvollziehbar. Wer die Methoden anwendet, gewinnt aus meiner Sicht einen Wettbewerbsvorteil.“

Michael Wefers, ehemaliger Personalvorstand, CeWe Color

„Für mich ein Meilenstein. In ihrem Buch „Emotion Selling“ beschreiben Gerhard Bittner und Elke Schwarz die Kunst der Kommunikation mit Kunden, analysieren Kommunikation auf ganz neue Weise, definieren ganz logische Erfolgsprinzipien, nennen die heimlichen Entscheidungsmotive und zeigen auf, wie hochwertige und erfolgreiche Kommunikation funktioniert. Mir wurde klar, wie viel wir im Alltag noch lernen können und wie groß die Potenziale sind. Ich sehe großen Nutzen für die Praxis.“

Astrid Arens, European Sales Champion, Procter & Gamble

„Ich begründe meinen Erfolg im Verkauf mit der Tatsache, dass ich Emotion Selling intuitiv mit meinen Kunden gelebt habe. So einfach sich die Prinzipien anhören: Kunden wertschätzen, offene Fragen nutzen, selbst wenig reden, stattdessen intensiv zuhören, positive Wortwahl und mehr über Lösungen als Probleme sprechen, so wenig werden sie nach meiner Erfahrung im Alltag gelebt. Ich sehe viel Potenzial.“

Dr. Albert Lichtenthal, Neurologe

„Je besser wir verstehen und wissen, was vor, während und nach einem Gespräch in unserem Gehirn geschieht, desto eher können wir lernen, unsere eigene Kommunikation zu optimieren, effizienter zu machen, sie besser in der Praxis anzuwenden und zu nutzen. Der Schlüssel hierzu ist ein wissenschaftlicher Ansatz. Die moderne Hirnforschung hat in den letzten Jahren herausragende Erfolge erzielt. Aus der fruchtbaren Kooperation mit anderen Wissenschaften, wie der modernen Psychologie, den Mentalwissenschaften oder der Medizin, sind völlig neue Modelle und Konzepte entstanden, die jedem Einzelnen große Chancen und neue Möglichkeiten bieten. Diese neuen Entdeckungen für die Wirtschaft verwertbar zu machen, sie in ein praxisnahes Gesamtkonzept einzuarbeiten, ist die herausragende Idee dieses Buches. Entstanden ist das Konzept Emotion Selling. Es bietet neue Ansätze und Methoden, basierend auf den Erkenntnissen der modernen Neurowissenschaften. Interessant für all diejenigen, die es spannend finden, wirklich Neues zu entdecken, neue Methoden zu erlernen und die Spaß daran haben, erfolgreich zu kommunizieren.“
