



Siegfried Vögele

Dialogmethode: Das Verkaufsgespräch per Brief und Antwortkarte

mi-Verlag moderne industrie
9. Aufl. 1996
372 Seiten, DM 148,-
ISBN 3-478-21309-6

Wenn persönliche Verkäufer zu teuer werden, muß die schriftliche Alternative an die Verkaufsfrente.

Dieses Buch ist sowohl für selbständige Unternehmer, „alte Hasen“ in Werbung

und Verkauf, als auch für den Trainer und Berater sehr gut geeignet, um sich in die Materie des Direktvertriebs einzuarbeiten. Die Themen sind sehr übersichtlich gegliedert und auch detailliert aufgefächert. Es bietet sowohl eine Funktion als Nachschlagewerk wie auch eine Art Betriebsanleitung.

Mit einer sorgsam Einführung in das Thema der Mailings wird der interessierte Trainer schnell mit der Materie vertraut. Die Inhalte des Buches sind auf das Trainergeschäft übertragbar, da es nicht nur für die klassischen Direktvertrieber geschrieben ist.

Siegfried Vögele hat mit seiner Dialogmethode einen verblüffend einfachen und deshalb auch leicht erlernbaren Weg zur Entwicklung schriftlicher Verkaufsgespräche gefunden. Dieses Buch ist u.a. die schriftliche Zusammenfassung dieser Methode. Ein Leitfaden mit sofort anwendbarem Wissen.

In der Einführung wird der Leser stufenweise zum richtigen Mailing geführt. Stolperfallen werden erläutert und es fehlt auch nicht das große Kapitel zu den berühmten „Wegwerfwellen“ (Gratwanderung eines Werbebriefes zwischen Papierkorb und Antwort-

schreiben). Die einzelnen Steps helfen schon im Vorfeld Fehler zu vermeiden, deren Mißachtung unweigerlich zum Papierkorb führen würden.

Den „Wegwerfwellen“ sind mehrere Seiten gewidmet, die nicht nur analysieren, sondern praktikable Strategien vermitteln.

Anhand der Anleitungen und Tips des zweiten Buchteiles können Sie einen Plan für das eigene Geschäft erstellen und bekommen praktische Hinweise, wie Sie Ihre Aktionen erfolgreicher als bisher planen und gestalten.

Mit vielen Beispielen vermittelt der Autor eine Fülle von Möglichkeiten, anders und besser als bisher zu „mailen“. Für denjenigen, der sich im Bereich der Akquise mit Directmailings beschäftigt, ist dieses Handbuch Pflicht.

Gesamturteil: sehr empfehlenswert, einziger Wermutstropfen: der hohe Preis. Aber mit der ersten erfolgreichen Mailing-Aktion hat der Leser diese Investition wieder eingespielt!

René Busch