

**Gerade die heutige Absatzkrise verspricht eine große Nachfrage!**



**Aus dem Inhalt:**

Vorwort. I. Teil: Einleitung / Der Unterschied gegenüber der Verkaufstechnik des Ladenverkäufers / Die wirtschaftliche Grundlage der Verkaufskunst / II. Teil: Der Reisende und seine Ausrüstung / Welche Eigenschaften erfordert kaufmännische Reisetätigkeit? / Verkaufskanonen kennen ihre Waren / Die materielle Ausrüstung des Reisenden / III. Teil: Der Reisende und seine Firma / Wege des Zusammenarbeitens / Das Verkaufshandbuch / Hauszeitungen, Rundschreiben / Vorbereitung und Überwachung der Arbeit des Reisenden / Verkaufs-Wettbewerbe / Persönliche Aussprache mit den Reisenden und Ermutigungsbriefe / Das Problem des Reisende-Findens / Verträge mit Reisenden / IV. Teil: Die Psychologie des Verkaufs / Der Aufbau des Verkaufsgesprächs / V. Teil: Die Vorbereitung / Das Ausfindigmachen der Interessenten / Lieblingsbeschäftigungen des Interessenten / Vorbereitung auf den Besuch regelmäßiger Kunden / VI. Teil: Das Herbeiführen der Unterredung / Der Wert der Voranmeldung / Die Besuchsankündigung / Die Wahl der Besuchszeit / Wie man Verabredungen trifft / Die Herbeiführung der Unterredung / Die Geschäftskarte / Wie vermeidet man eine Abweisung? / VII. Teil: Allgemeines über die eigentliche Verkaufskunst des Reisenden / Der Wert eines Arbeitsplans / Ungeteilte Aufmerksamkeit von Kunden und Verkäufern ist erforderlich / Die Behandlung von „Gruppen“-Kunden / Das Einstellen auf die Eigenart des Kunden / Das Einschätzen des Interessenten / Wie man das Vertrauen des Käufers gewinnt / VIII. Teil: Die Einleitung der Unterhandlung / IX. Teil: Die Vorführung der Ware und das Verkaufsgespräch / X. Teil: Die Einreden und ihre Beantwortung / XI. Teil: Der Abschluß des Verkaufs / XII. Teil: Die Verabschiedung des Reisenden und die Nachbearbeitung des Kunden / XIII. Teil: Die Ausbildung des Reisenden.

**TECHNIK DES REISE-VERKAUFS**

Tausend Erfahrungen über bessere Abschlüsse für den reisenden Geschäftsmann und seine Firma in ein System gebracht und kritisch beleuchtet von **VICTOR VOGT** (Neubearbeitung des bereits in fünf Aufl. verbreiteten Buches „Verkaufpsychologie für reisende Kaufleute“) Die sechste Auflage enthält 560 Seiten im Format 15,5 x 21 cm. Gedruckt auf holzfreiem Papier, gebunden in dauerhaftem, mehrfarbigem Ganzleinenband. . . . . Preis **RM 15.-**

Verlag für Wirtschaft und Verkehr, Stuttgart, Pfizerstraße 7  
Auslieferung für Oesterreich, Tschechoslowakei u. Balkanstaaten C. Barth Verlag, Dr. Leo Landau, Wien I, Heggasse 7

Ab 5. Januar gelangt zur Auslieferung:

**Paul Michligk:**

**„Markenartikel-Handbuch“**

Im ersten Teil des Buches sprechen sich die führenden Fachleute der Markenartikelbranche aus, im zweiten Teil werden ca. 30000 Markennamen aufgeführt und im dritten Teil die 9000 Herstelleradressen dazu.

Es gibt kein Adreßbuch dieser Art, das vollkommener und zuverlässiger wäre.

Wer mit Markenartikelfragen oder mit der Markenartikelreklame zu tun hat, verlangt nach diesem **unentbehrlichen Codex**.

Legen Sie Ihren Interessenten den Prospekt vor und Sie werden sofort Bestellungen haben.

**Ladenverkaufspreis RM 20.—**

Ca. 600 Seiten Umfang. Erstklassige holzfreie Ausstattung.

Mit Firmen, die sich besonders verwenden wollen, treffen wir gern Sondervereinbarungen. Die Bestellungen werden nunmehr in der Reihenfolge des Eingangs erledigt.



**Helingsche Verlagsanstalt, Leipzig C 1, Dresdner Str. 11-13**