

Inhaltsverzeichnis

Einleitung 9

Was unterscheidet unser Buch von anderen Verkaufsbüchern? 10

Frauen und Männer – Missverständnisse am laufenden Band 13

Für wen dieses Buch gedacht ist 17

»Bedienungsanleitung« für dieses Buch 18

Zum besseren Leseverständnis 19

1 Wer sind Adam und Eva? 21

Konventionen 27

»Weibliche« Sprache – »männliche« Sprache 30

Systematiker, Empathen und das Wunderhormon Testosteron 31

Die beste Wahl – oder nur ausreichend gut? 45

Misserfolgstoleranz 47

2 Das Geschlecht der Dinge 49

Die Studie 50

Schlussfolgerungen 67

3 Das Kaufinteresse-Modell 75

Das geschlechtsunspezifische Modell 76

Kaufabbrüche 77

Die einzelnen Phasen 78

Umgang mit Beschwerden 148

4	Evas Kaufverhalten	153
	Kaufarten und Kaufentscheidungsprozesse	153
	Das Kaufinteresse-Modell bei Kundinnen	166
	Das braucht die Kundin	170
5	Adams Kaufverhalten	233
	Kaufarten und Kaufentscheidungsprozesse	233
	Das Kaufinteresse-Modell bei Kunden	254
	Das braucht der Kunde	257
6	Paare	315
	Womit es Verkäufer bei Paaren zu tun kriegen können	316
	Der Kaufprozess	326
	Gender Sales und Gender Marketing – Ihr Schlüssel zu Wachstum	335
	Literaturempfehlungen	339
	Literaturliste	341
	Stichwortverzeichnis	345