

## Literaturempfehlungen zum Vertrieb

- Bittner, Gerhard; Schwarz, Elke: Emotion Selling, Messbar mehr verkaufen durch neue Erkenntnisse der Neurokommunikation, Gabler Verlag 2010, ISBN 978-3-8349-1765-2
- Burzler, Thomas: Mission: Profit, Die Lizenz zum Abschluss, GABAL Verlag GmbH 2009, ISBN 978-3-89749-914-0
- Häusel, Hans-Georg: BRAIN SCRIPT, Warum Kunden kaufen!, Rudolf Haufe Verlag GmbH & Co. KG 2007, ISBN 978-3-448-06191-8
- Hofbauer, Günter; Hellwig, Claudia: Professionelles Vertriebsmanagement, Der prozessorientierte Ansatz aus Anbieter- und Beschaffersicht, Publics Corporate Publishing überarbeitete Auflage Mai 2012, ISBN 3-89578-402-8
- Kamphaus, Rolf: Preisverhandlungen im Einkauf, Books on Demand GmbH, ISBN 978-3-8391-3261-6
- Krüger, Christoph; Kensok, Peter: Das neue Verhandeln (1. Auflage 2012), ISBN 978-3-86980-172-8 (Druckausgabe), ISBN 978-3-86980-173-5 (E-Book, PDF) Verlag Business Village
- Limbeck, Martin: Nicht gekauft hat er schon, Redline Verlag 2011, ISBN 978-3-86881-288-6
- Maurer, W. Hans: Der persönliche Verkauf, Handbuch für Vertriebsingenieure, Verlag Wissenschaft & Praxis Dr. Braun GmbH, Mai 2006, ISBN 3-89673-298-6
- Nöllke, Matthias: Vertrauen. Wie man es aufbaut. Wie man es nutzt. Wie man es verspielt., Rudolf Haufe Verlag GmbH & Co. KG 2009, ISBN 978-3-448-09591-3
- Schatz, Volker: Strategischer Verkauf von Investitionsgütern, Tectum Verlag 2007, ISBN 987-3-8288-9229-3
- Schraner, Matthias: Verhandeln im Grenzbereich, Strategien und Taktiken für schwierige Fälle, Econ Verlag 2006, ISBN 978-3-430-18068-9
- Stöger, Gabriele und Hans: Besser Verkaufen mit Glaubwürdigkeit und Sympathie, Orell Füssli Verlag AG 2000, ISBN 3-478-81259-3
- Schäfer, Lars: Verkaufen in digitalen Zeiten. 2017 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

- Taxis, Tim: Heiß auf Kaltaquise, Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, 2013, ISBN: 978-3-648-01991-7
- Thieme, Kurt H. (Juni 2010): Preisdruck? Na und! Wie Spitzenverkäufer Preise erfolgreich verhandeln. Uffing: AVANCE Verlag. ISBN: 3981022610