

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>Vorwort zur vierten Auflage</b> .....	8
<b>1. Die klassischen Methoden der Neukundengewinnung</b> .....	13
Telefonmarketing .....	13
Mailingaktionen .....	15
Direktansprache .....	16
Anzeigen und Beilagen in der Tagespresse .....	17
Messen und Ausstellungen .....	17
Internetauftritt .....	18
Hörfunk .....	18
Fazit .....	20
<b>2. Welchen Stellenwert hat die Empfehlung für die Neukundengewinnung?</b> .....	25
Empfehlung und Referenz – was sie unterscheidet .....	25
Die Empfehlung – der beste Weg der Neukundengewinnung .....	26
Für welche Verkäufer und für welche Branchen eignet sich das Empfehlungsmarketing? .....	29
Der Verkäufer verkauft fünf Dinge .....	30
Aktive und passive Empfehlung – der Unterschied .....	34
<b>3. Die Angst vor der Frage nach Empfehlungen</b> .....	41
Die Angst vor dem Empfehlungsgespräch verlieren .....	45
„Empfehlungs-Meeting“ durchführen .....	45
<b>4. Die Einstellung des Verkäufers zur Empfehlung</b> .....	51
Das Image der Empfehlung .....	51
Empfehlung als Selbstverständlichkeit .....	52
Die Empfehlung nur nach Verkaufsabschluss? .....	53
Der Empfohlene profitiert mehr von der Empfehlung als der Verkäufer! .....	55
Wie denkt der Kunde über die Frage nach Empfehlungen? .....	58

Die vier Erfolgsfaktoren des Spitzenverkäufers .....	60
Fazit und Check-up .....	64
<b>5. Empfehlungsmarketing in der Praxis .....</b>	<b>69</b>
Der „richtige“ Zeitpunkt für die Empfehlungsfrage .....	70
Die Nachmotivation als Sprungbrett für die Empfehlungsfrage .....	72
Die Frage nach der Empfehlung .....	82
Fragenkatalog zur Qualifizierung der Empfehlung .....	90
Der Empfehlungsstammbaum .....	98
Fazit .....	104
<b>6. Der Umgang mit Kundenwiderständen .....</b>	<b>109</b>
Unterscheidung zwischen Vorwand und Einwand .....	110
Die „Schlüsseltechnik“ zur Vorwanddiagnose .....	111
Die „Selbstbeziehungsmethode“ .....	117
Die „Unsinnigkeitsmethode“ .....	123
Die vier häufigsten Kundeneinwände und der Umgang mit ihnen .....	127
<b>7. Die Bearbeitung einer Empfehlung .....</b>	<b>137</b>
Telefonische Terminvereinbarung mit dem Empfohlenen .....	138
Nachfassen einer „blinden Empfehlung“ .....	141
Feedback an den Empfehlungsgeber .....	143
Fazit: 10 Tipps zu einem erfolgreichen Empfehlungsmarketing ..	147
<b>8. Erfolgsfaktoren für professionelles Empfehlungsmarketing von A bis Z .....</b>	<b>155</b>
Stichwortverzeichnis .....	165
Der Autor .....	167