

Inhalt

EINFÜHRUNG.....	5
I. AKT: DIE »VORHER«-PHASE.....	35
KAPITEL 1: Wie Sie Ihren Zielmarkt finden	37
KAPITEL 2: Wie Sie Ihre Botschaft gestalten	51
KAPITEL 3: Potenzielle Kunden mit Medienwerbung erreichen	93
II. AKT: DIE »WÄHRENDESSSEN«-PHASE	117
KAPITEL 4: Leads erfassen	119
KAPITEL 5: Die Pflege der Leads.....	129
KAPITEL 6: Der Verkaufsabschluss.....	153
III. AKT: DIE »DANACH«-PHASE	179
KAPITEL 7: Wie Sie eine Kundenerfahrung der Spitzenklasse abliefern	181
KAPITEL 8: Wie Sie den Customer Lifetime Value erhöhen ...	211
KAPITEL 9: Empfehlungen orchestrieren und stimulieren ...	237
FAZIT	255
DANKSAGUNGEN.....	267
ÜBER DEN AUTOR	271