

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 »WÄHRENDESSEN«-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 |