
Inhalt

1	Die klassischen Methoden der Neukundengewinnung	1
	Telefonmarketing	1
	Mailingaktionen	3
	Direktansprache	3
	Anzeigen und Beilagen in der Tagespresse	4
	Messen und Ausstellungen	4
	Internetauftritt	5
	Hörfunk	5
	Fazit	6
2	Welchen Stellenwert hat die Empfehlung für die Neukundengewinnung?	9
	Empfehlung und Referenz – was sie unterscheidet	9
	Die Empfehlung – der beste Weg der Neukundengewinnung	10
	Für welche Verkäufer und für welche Branchen eignet sich das Empfehlungsmarketing?	12
	Der Verkäufer verkauft fünf Dinge	13
	Aktive und passive Empfehlung – der Unterschied	15
3	Die Angst vor der Frage nach Empfehlungen	19
	Die Angst vor dem Empfehlungsgespräch verlieren	22
	„Empfehlungs-Meeting“ durchführen	22
4	Die Einstellung des Verkäufers zur Empfehlung	25
	Das Image der Empfehlung	25
	Empfehlung als Selbstverständlichkeit	26
	Die Empfehlung nur nach Verkaufsabschluss?	27
	Der Empfohlene profitiert mehr von der Empfehlung als der Verkäufer!	28

	Wie denkt der Kunde über die Frage nach Empfehlungen?	30
	Die vier Erfolgsfaktoren des Spitzenverkäufers	32
	Fazit und Check-up	35
5	Empfehlungsmarketing in der Praxis	37
	Der „richtige“ Zeitpunkt für die Empfehlungsfrage	38
	Die Nachmotivation als Sprungbrett für die Empfehlungsfrage	40
	Die Frage nach der Empfehlung	46
	Fragenkatalog zur Qualifizierung der Empfehlung	54
	Der Empfehlungsstammbaum	59
	Fazit	65
6	Der Umgang mit Kundenwiderständen	67
	Unterscheidung zwischen Vorwand und Einwand	68
	Die „Schlüsseltechnik“ zur Vorwanddiagnose	69
	Die „Selbstbeziehungsmethode“	73
	Die „Unsinnigkeitsmethode“	79
	Die vier häufigsten Kundeneinwände und der Umgang mit ihnen	81
7	Die Bearbeitung einer Empfehlung	87
	Telefonische Terminvereinbarung mit dem Empfohlenen	88
	Nachfassen einer „blinden Empfehlung“	90
	Feedback an den Empfehlungsgeber	92
8	Zehn Tipps für ein erfolgreiches Empfehlungsmarketing	95
9	Social Media contra Empfehlungsmarketing	101
	Social-Media-Duftmarken setzen	102
	Qualität schlägt Quantität	103
10	Erfolgsfaktoren für professionelles Empfehlungsmarketing von A bis Z	105
	Sachverzeichnis	113
	Der Autor	117