
Inhaltsverzeichnis

1 Die klassischen Methoden der Neukundengewinnung	1
Telefonmarketing	2
Mailingaktionen	3
Direktansprache	4
Anzeigen und Beilagen in der Tagespresse	5
Messen und Ausstellungen	5
Internetauftritt	6
Hörfunk	7
Fazit	8
2 Welchen Stellenwert hat die Empfehlung für die Neukundengewinnung?	11
Empfehlung und Referenz – was sie unterscheidet	11
Die Empfehlung – der beste Weg der Neukundengewinnung	12
Für welche Verkäufer und für welche Branchen eignet sich das Empfehlungsmarketing?	15
Der Verkäufer verkauft fünf Dinge	16
Aktive und passive Empfehlung – der Unterschied	20
3 Die Angst vor der Frage nach Empfehlungen	23
Die Angst vor dem Empfehlungsgespräch verlieren	27
„Empfehlungs-Meeting“ durchführen	27
	XI

4 Die Einstellung des Verkäufers zur Empfehlung	31
Das Image der Empfehlung	32
Empfehlung als Selbstverständlichkeit	33
Die Empfehlung nur nach Verkaufsabschluss?	33
Der Empfohlene profitiert mehr von der Empfehlung als der Verkäufer!	35
Wie denkt der Kunde über die Frage nach Empfehlungen?	37
Die vier Erfolgsfaktoren des Spitzenverkäufers	40
Fazit und Check-up	44
 5 Empfehlungsmarketing in der Praxis	47
Der „richtige“ Zeitpunkt für die Empfehlungsfrage	48
Die Nachmotivation als Sprungbrett für die Empfehlungsfrage	51
Die Frage nach der Empfehlung	58
Fragenkatalog zur Qualifizierung der Empfehlung	68
Der Empfehlungsstammbaum	75
Fazit	82
 6 Der Umgang mit Kundenwiderständen	83
Unterscheidung zwischen Vorwand und Einwand	84
Die „Schlüsseltechnik“ zur Vorwanddiagnose	85
Die „Selbstbezichtigungsmethode“	91
Die „Unsinnigkeitsmethode“	97
Die vier häufigsten Kundeneinwände und der Umgang mit ihnen	100
 7 Die Bearbeitung einer Empfehlung	109
Telefonische Terminvereinbarung mit dem Empfohlenen	110
Nachfassen einer „blinden Empfehlung“	113
Feedback an den Empfehlungsgeber	115

8 Elf Tipps für ein erfolgreiches Empfehlungsmarketing	121
9 Die klassischen Methoden der Neukundengewinnung	129
Social-Media-Duftmarken setzen	130
Qualität schlägt Quantität	131
10 Erfolgsfaktoren für professionelles Empfehlungsmarketing von A bis Z	133
Sachverzeichnis	143
Der Autor	147