

Inhalt

Einleitung: Im Mittelpunkt der Strategie der 5 Sinne steht die Haptik	9
Was will dieses Buch?	11
In zehn Kapiteln zum haptischen Feeling	11
Warum es klug ist, das Unternehmen haptisch auszurichten	15
Warum Sie den Kunden als ganzheitliches sinnliches Wesen wahrnehmen sollten	24
Kapitel 1	
Haptik boomt: Immer mehr Unternehmen entdecken die Überzeugungskraft des Tastsinns	31
Ohne Tastsinn ist alles nichts	31
Die Touch-Generation braucht berührende Erfahrungen	33
Kapitel 2	
Berührende Visionen: Mit 5 Sinnen zur motivierenden Vision	49
Erkennen Sie das Wesen und die Bedeutung einer Vision	49
Kreieren Sie Ihre Vision mit allen 5 Sinnen	54
Vermitteln Sie die Vision auf allen Wahrnehmungsebenen	60
Kapitel 3	
Die Strategie der 5 Sinne: Auf allen Sinneskanälen zur wettbewerbsorientierten Strategie	69
Leiten Sie aus der Vision eine Strategie ab	69
Der neue Blick auf den Kunden als Sinnes-Wesen	77
Kapitel 4	
Produkte zum Anfassen: Mit multisensorischen Produkten und haptischem Design Kunden verzaubern	83
»Ich habe dich zum Knuddeln gern!« – das Produkt als Assoziationscluster	83
Entwickeln Sie Produkte zum Anfassen	92

Kapitel 5

Die innere Haltung zum Kunden: Durch 5-Sinne-Serviceorientierung den Kunden zum König entwickeln	103
Das Kundeninteresse als Geschäftsmodell	103
Die DIEN-Haltung als Voraussetzung für multisensorische Kundenbeziehungen	106
Handlungsimpulse zur Ausgestaltung serviceorientierter Kundenbeziehungen	109

Kapitel 6

Den Kunden im Verkaufsgespräch bei seinen sinnlichen Wurzeln packen: Mit 5 Sinnen berührende Argumente vortragen	113
Mit Haptischen Verkaufshilfen abstrakten Kundennutzen sinnlich darstellen	113
Das Kundengespräch mit Haptischen Verkaufshilfen steuern	135
Wie Sie mit Haptischen Verkaufshilfen das gesamte Kundengespräch multisensorisch ausrichten	151

Kapitel 7

Haptisches Marketing am Point of Sale: Mit 5 Sinnen Mit-Mach-Marketing aufbauen	177
Mit haptischem Marketing neue Kommunikationskanäle zum Kunden aufbauen	177
Mit kreativen Ideen Marketingstrategie entwickeln	195

Kapitel 8

Wer berührt, führt: Mit 5 Sinnen Mitarbeiter führen und entwickeln	199
Führen mit Berühren	199
Die Bedeutung des Tastsinns für die Wissensvermittlung und die Mitarbeiterentwicklung	205

Kapitel 9

Multisensorische Corporate Identity entwickeln	211
Fundamentalen Unternehmenszweck multisensorisch darstellen	211
Der Kunde im haptischen Unternehmen	215

Kapitel 10**Die 5-Sinne-Persönlichkeit: Achtsam mit sich und anderen****umgehen** **219**

Übereinstimmung zwischen Denken, Handeln und

 Ausstrahlung **219** Achtsam sein: die Rosinen-Übung **222****Zum haptischen Schluss: Haptik von der Wiege bis zur Bahre -****und das 5-Sinne-Unternehmen als Zukunftsvision** **225****Literatur und Quellen** **227****Der Autor** **229****Stichwortverzeichnis** **231**