

# Inhaltsverzeichnis

<b>Warum Gesundheit ein lohnendes Thema ist – Vorwort</b>	<b>8</b>
<b>1 Wie Sie Ihre Nische finden</b> <i>„Ich mach' einfach Stressbewältigung!“</i>	
• Was wollen Sie wirklich?	10
• Was sucht der Markt im Bereich Gesundheit?	15
• Wie stellen Sie sich auf – spitz oder breit?	19
<b>2 Wie Sie aus sich eine Marke machen</b> <i>„Ich biete Gesundheit – da brauch' ich keinen schwarzen Anzug!“</i>	
• Wie besetzen Sie Ihr Thema?	27
• Wie gestalten Sie Ihren Marktauftritt?	31
• Wie erfährt die Welt von Ihnen?	36
<b>3 Wie Sie Ihre Kunden finden</b> <i>„Ich bin super, aber ich hab' halt kein Vitamin B!“</i>	
• Wie akquiriert man als Gesundheitspsychologe?	47
• Wo tummeln sich Ihre Kunden?	51
• Wie gestalten Sie den Kundenkontakt?	54
<b>4 Wie Sie das Thema Gesundheit verkaufen</b> <i>„Ich bin fit, und ich mache Sie gesund!“</i>	
• Was versprechen sich Ihre Kunden? Was versprechen Sie?	58
• Wie kommen Sie an den ersten Auftrag?	62
• Wie zeigen Sie, was Sie können?	67

<b>5</b>	<b>Wie Sie Ihre Preise durchsetzen</b> <i>„Ich bin dem Kunden bestimmt zu teuer!“</i>	
	• Wie viel Geld ist „anständig“?	73
	• Wie überzeugen Sie den Kunden vom Preis?	77
	• Was, wenn der Kunde nicht will?	79
<b>6</b>	<b>Wie Sie Ihre Kunden binden</b> <i>„Ich kann doch den Kunden nicht hinterherlaufen!“</i>	
	• Wie machen Sie aus Einzelkunden Dauerkunden?	83
	• Wie werden Kunden zu Empfehlern?	84
	• Wie halten Sie Ihre Kunden auf dem Laufenden?	86
<b>7</b>	<b>Wie Sie Ihren Laden am Laufen halten</b> <i>„Ich geh' jetzt an die Börse!“</i>	
	• Wann rechnet sich Ihr Geschäft?	89
	• Wie können Sie expandieren?	91
	• Wie geht's weiter?	92
	<b>Nachwort</b>	94
	<b>Anhang</b>	95
	• Literaturtipps	96
	• Stichwortverzeichnis	97
	• Über die Autorin	98