

# Inhaltsverzeichnis

---

Prolog	7
<b>STRATEGEM A:</b>	
<b>Logische Orientierung</b>	15
<b>Erstes Kapitel: Die Richtung</b>	16
1. Viele Hasen sind des Hundes Tod	16
2. Stammkunden oder Neukunden?	16
3. Die Erfolgsplattform	17
4. Die Erfolgsmatrix	40
5. Die Erfolgs-Summary	46
6. Die Königsidee	50
<b>Zweites Kapitel: Die Steuerung</b>	51
1. Steuerung braucht Feedback	51
2. Klare Ziele – klare Aufgaben	52
3. Die Aufgabenklarheit	54
4. Die Erfolgsvereinbarung	58
5. Ein neuer Typ von Konferenz	70
6. Incentives	72
<b>STRATEGEM B:</b>	
<b>Emotionale Ausstrahlung</b>	75
<b>Drittes Kapitel: Überzeugung durch Vertrauen</b>	76
1. Neun Lebensprinzipien	76
Das 1. Prinzip: Selbstverantwortung	76
Das 2. Prinzip: Wahlfreiheit	90
Das 3. Prinzip: Erfahrungen – Fehler!	95
Das 4. Prinzip: Spielregeln	106

Das 5. Prinzip: Ziele	109
Das 6. Prinzip: Funktionierendes Denken	116
Das 7. Prinzip: Energie	121
Das 8. Prinzip: Mut!	130
Das 9. Prinzip: Win-Win!	132
2. Leben oder Nebel	135

## STRATEGEM C:

Praktisches Handeln	137
---------------------	-----

## Viertes Kapitel: Die Maßnahmen 138

1. Maßnahmen erster Ordnung – Spiegelbild des einzelnen Mitarbeiters	140
2. Maßnahmen zweiter Ordnung entstehen aus dem Überblick	143
3. Maßnahmen der dritten Art – oder: der große Wurf	152
4. Strategische Maßnahmen	153
5. Erfolgsmessung	157

## Fünftes Kapitel: Das Verhandlungsgespräch 159

1. Kundenorientiertes Wissen	161
2. Persönliche Ressourcen	173
3. Kontakt	183
4. Dialog	224
5. Die fünf Phasen des Verkaufsgesprächs im Detail	238
Die 1. Phase: Die Schlaueheit des Fuchses	238
Die 2. Phase: Der Scharfblick des Falken	240
Die 3. Phase: Der Pfau schlägt sein Rad	247
Die 4. Phase: Die Zähigkeit des Wolfes	260
Die 5. Phase: Die Leichtigkeit des Falters	265

Epilog	267
--------	-----

Literaturverzeichnis	269
----------------------	-----

Der Autor	271
-----------	-----



<http://www.springer.com/978-3-8349-4356-9>

Stammkunden profitabel managen  
Strategien zur Kundenbindung und Umsatzsteigerung  
Lasko, W.W.  
2012, XIII, 257 S., Softcover  
ISBN: 978-3-8349-4356-9