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

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

http://www.springer.com/978-3-658-06077-0

Empfehlungsmarketing
Königsweg der Neukundengewinnung
Fink, K.-J.
2014, XIII, 148 S., Hardcover
ISBN: 978-3-658-06077-0