

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Ohne Empfehlung geht es nicht .</b>	<b>7</b>
	• Warum Empfehlungsmarketing ein Muss ist	8
	• Empfehlen heißt, aus dem Bauch heraus zu handeln. . . . .	9
	• Praxis und Philosophie des Empfehlungsmarketings . . . . .	10
	<i>Auf den Punkt gebracht . . . . .</i>	<b>11</b>
<b>2</b>	<b>Voraussetzungen für erfolgreiches Empfehlungsmarketing . . . . .</b>	<b>12</b>
	• Was Spitzenleistungen auszeichnet. . . . .	13
	• Ein Beispiel aus der Praxis . . . . .	14
	• In fünf Schritten zur Höchstleistung. . . . .	16
	• Checkliste . . . . .	27
	<i>Auf den Punkt gebracht . . . . .</i>	<b>29</b>
<b>3</b>	<b>Wie Sie Empfehlungen auslösen – so funktioniert’s . . . . .</b>	<b>30</b>
	• Was erwarten Ihre Kunden? . . . . .	30
	• Was Sie über Ihre Kunden wissen müssen	31
	• Ohne Anerkennung und Aufmerksamkeit geht es nicht . . . . .	34
	• Die Kür: Wie Sie Erwartungen übertreffen	35
	• Checkliste . . . . .	42
	<i>Auf den Punkt gebracht . . . . .</i>	<b>45</b>

<b>4</b>	<b>Empfehlungsmarketing in der Praxis . . . . .</b>	<b>46</b>
	• Die Empfehlungsfrage – wann man sie stellen darf . . . . .	47
	• Kundenzufriedenheit als Weg zur Empfehlungsfrage . . . . .	48
	• So können und dürfen Sie fragen . . . . .	52
	• Wie gut ist die Empfehlung? . . . . .	57
	• Empfehlungswege – Quo vadis? . . . . .	61
	<b>M</b> agazinseite Wie Sie die Voraussetzungen schaffen. . . . .	62
	• Checkliste . . . . .	65
	<b>Auf den Punkt gebracht . . . . .</b>	<b>68</b>
<b>5</b>	<b>Probleme mit der Empfehlung . . . . .</b>	<b>69</b>
	• Vorwand versus Einwand. . . . .	69
	• So gehen Sie mit Vorwänden um . . . . .	70
	• Von Vorwänden, Einwänden und Auswegen . . . . .	72
	• So entkräften Sie Einwände und Probleme . . . . .	76
	• Checkliste . . . . .	79
	<b>Auf den Punkt gebracht . . . . .</b>	<b>81</b>
<b>6</b>	<b>Wie Sie negative Empfehlungen verhindern . . . . .</b>	<b>82</b>
	• Aktives Beschwerdemanagement . . . . .	84
	• Der Ernstfall: Ihr Kunde steht vor Ihnen . . . . .	86
	• Die Vertrauensbasis. . . . .	88
	• Checkliste . . . . .	88
	<b>Auf den Punkt gebracht . . . . .</b>	<b>90</b>

<b>7</b>	<b>Netzwerke – Der Königsweg . . .</b>	<b>91</b>
	• Warum und wie es funktioniert . . . . .	93
	• Wie Sie systematisch davon profitieren . .	94
	• Nutzen und Gewinn . . . . .	95
	• Unterschiede und Gemeinsamkeiten . . . .	96
	• Checkliste . . . . .	98
	<i><b>Auf den Punkt gebracht . . . . .</b></i>	<b>100</b>
<b>8</b>	<b>Pressearbeit als Instrument des Empfehlungsmarketings . . . . .</b>	<b>101</b>
	• Wann Journalisten anbeißen . . . . .	102
	• Der Presstext. . . . .	104
	• So versenden Sie die Information . . . . .	107
	• Checkliste . . . . .	108
	<i><b>Auf den Punkt gebracht . . . . .</b></i>	<b>110</b>
<b>9</b>	<b>Das Internet als Plattform zur Empfehlung . . . . .</b>	<b>111</b>
	• Informationsquelle Nr. 1 . . . . .	111
	<b>M</b> agazinseite Wie Sie Kontakte knüpfen und erhalten	112
	• Bewertungssysteme . . . . .	116
	• Checkliste . . . . .	118
	<i><b>Auf den Punkt gebracht . . . . .</b></i>	<b>120</b>
	 Literatur . . . . .	121
	Stichwortverzeichnis . . . . .	122