

# Inhalt

	<b>Einführung</b> .....	<b>5</b>
<b>1</b>	<b>Kundenorientierung, Kundenbindung und Kundenwert</b> .....	<b>7</b>
	• Was ist eigentlich Kundenorientierung? ...	7
	• Kann man jeden Kunden binden? .....	10
	• Kundenbindung verschiedener Kundengruppen .....	11
	• Welche Kunden wollen Sie binden? .....	15
<b>2</b>	<b>Kompetenter Service</b> .....	<b>17</b>
	• Ausbildung von Kundenerwartungen .....	17
	• Die Serviceuhr – was Kunden von gutem Service erwarten .....	19
	• Servicequalität gezielt verbessern .....	25
	• Der Entwurf einer Servicestrategie .....	32
	<b>M</b> agazinseite Die Entwicklung einer Servicestrategie	34
	<i>Auf den Punkt gebracht</i> .....	<b>37</b>
<b>3</b>	<b>Verschiedene Kundentypen erkennen</b> .....	<b>38</b>
	• Vier typische Beispiele .....	40
	• Die vier Kundentypen erkennen .....	46
	• Tipps für die Arbeit im Service .....	51
	<b>M</b> agazinseite Merkmale der vier Kundentypen .....	52
	<i>Auf den Punkt gebracht</i> .....	<b>54</b>

<b>4</b>	<b>Umgang mit dem Kunden am Telefon</b> .....	<b>55</b>
	• Überblick .....	55
	• Die Faktoren des Telefon-Kompetenz-Rades	55
	<b>M</b> agazinseite	
	Das Telefon-Kompetenz-Rad .....	56
	<b>M</b> agazinseite	
	Botschaften .....	70
<b>5</b>	<b>Kundengespräche im Verkauf</b> ...	<b>79</b>
	• Vorbereitung .....	80
	• Kontakt herstellen .....	85
	• Analyse .....	86
	• Angebot .....	90
	• Abschluss .....	96
<b>6</b>	<b>Umgang mit Beschwerden und Reklamationen</b> .....	<b>99</b>
	• Wer redet schon gerne über Beschwerden?	99
	• Wie aus der Beschwerdebearbeitung ein Beschwerdemanagement wird .....	100
	• Fakten, die nachdenklich machen .....	106
	• Grundüberlegungen zur Beschwerdebearbeitung .....	107
	• Die Serviceuhr bei der Beschwerdebearbeitung .....	110
	<b>M</b> agazinseite	
	Die vier Kundenbeschwerdetypen .....	118
	• Die EVA3-Methode – Beschwerden erfolgreich bearbeiten .....	120
	• Beschwerde-Korrespondenz .....	126
	<b>Auf den Punkt gebracht</b> .....	<b>133</b>
	Literaturverzeichnis .....	134
	Stichwortverzeichnis .....	135