

Inhalt

Die Checklisten	7
Einleitung	9
I Der Weg zum Markterfolg – Grundlagen	11
1 Marketingplan gestalten – Inhalte strukturieren	11
2 Marketingplanung Schritt für Schritt	14
2.1 Marketingentscheidungen vorbereiten.....	14
2.2 Marketingziele formulieren	27
2.3 Positionierung erarbeiten	29
2.4 Marketingstrategien festlegen	33
2.5 Marketingmaßnahmen auswählen, Budget ermitteln	39
2.6 Marketingerfolg kontrollieren	42
II Im Mittelpunkt – Die Kunden	45
1 Unternehmen kundenorientiert führen – Grundlagen schaffen	45
2 Kunden verstehen	48
2.1 Handlungsmotive der Kunden erkennen	48
2.2 Problemlösungen und Kundennutzen bieten	50
3 Kundenzufriedenheit analysieren	53
4 Kundenbeziehungen festigen	59
4.1 Maßnahmen zur Kundenbindung festlegen	59
4.2 Aus Kunden begeisterte Stammkunden machen	67
4.3 Aktives Beschwerdemanagement verwirklichen	77
III Kundenkommunikation – effektiv, überzeugend und aussagekräftig.....	85
1 Mit Werbung den Markterfolg unterstützen	85
1.1 Werbung zielgerichtet vorbereiten	85
1.2 Mit externen Werbedienstleistern zusammenarbeiten.....	90
2 Werbemittel wirkungsvoll umsetzen	94
2.1 Für ein einheitliches Erscheinungsbild sorgen.....	94
2.2 Mit Anzeigen, Prospekten und Mailings Vorteile verkaufen	96
2.3 Mit Website und E-Mail-Marketing Kunden individuell ansprechen	103

2.4	Dienstleistungsversprechen glaubwürdig kommunizieren	107
3	Den Dialog mit der Öffentlichkeit suchen	111
3.1	Voraussetzungen für Medien-und Öffentlichkeitsarbeit schaffen	111
3.2	Ereignisse für die Öffentlichkeit inszenieren.....	113
3.3	Nachrichten in die Medien bringen.....	117
IV	Verkaufsgespräche mit Geschäftskunden – zielgerichtet in allen Gesprächsphasen.....	123
1	Vor dem Kundenbesuch.....	123
1.1	Bestandskunden analysieren und Erfolg versprechende Zielkunden definieren	123
1.2	Bei der Gesprächsplanung systematisch vorgehen	125
2	In das Kundengespräch einsteigen.....	129
2.1	Der erste Eindruck zählt.....	129
2.2	Als vertrauenswürdiger Partner punkten	131
3	Im Verkaufsgespräch Informationen gewinnen	135
3.1	Kaufmotive erkennen und Bedarf ermitteln.....	135
3.2	Profil des Kundenunternehmens erhalten	138
4	Überzeugend präsentieren	142
4.1	Präsentationen aus Kundensicht vorbereiten.....	142
4.2	Mit Argumentationstechniken Überzeugungsarbeit leisten.....	145
4.3	Präsentationsfehler vermeiden.....	153
5	Zum Abschluss kommen	156
	Der Autor	161

*„Wenn du ein Schiff bauen willst, dann trommle nicht
die Leute zusammen, um Holz zu beschaffen,
sondern lehre deine Mannschaft die Sehnsucht
nach dem weiten, endlosen Meer.“*

Antoine de Saint-Exupery