
Inhalt

Danksagung	8
Teil I: Gehen Ihnen Ihre Kunden manchmal auf die Nerven?	9
EINLEITUNG: Wie Worte das Denken von Kunden verändern.....	11
KAPITEL 1: Welche Worte das Denken der Kunden verändern: die LAB-Profile	21
Teil II: Wenn der Kunde seine innere Haltung ändert: Was tun?	51
KAPITEL 2: Entdecken Sie, was man in Ihrer Organisation wirklich über Ihre Kunden glaubt	53
KAPITEL 3: Finden Sie heraus, was hinter der Wut Ihrer Kunden steckt	62
KAPITEL 4: Was Sie belohnen, bekommen Sie auch	72
Teil III: Welche Art von Geschäften wünschen sich Ihre Kunden?	83
KAPITEL 5: Entwickeln Sie eine Kundenphilosophie für mehr Umsatz	85
KAPITEL 6: Der Kundenprozess für normal verlaufende Geschäftsvorgänge	97
Teil IV: Der Umgang mit aufgebrauchten Kunden und das Erfolgsrezept für Kundenloyalität	113
KAPITEL 7: Die hohe Kunst, mit aufgebrauchten Kunden zu kommunizieren.....	115
KAPITEL 8: Gefühle haben Vorrang	122
KAPITEL 9: Die „Zwei-Lösungen-Strategie“	138
KAPITEL 10: Warum eine Entschuldigung allein nicht ausreicht	148
KAPITEL 11: Lassen Sie ein positives Bild im Kopf Ihres Kunden entstehen	155
Teil V: Weiterführende Motivationsstrategien zur Veränderung von Sprache und Verhalten	161
KAPITEL 12: Massenkommunikation: Die Regeln haben sich geändert.....	163
KAPITEL 13: Gute Mitarbeiter für gute Beziehungen	176
KAPITEL 14: Von der Marke zum Verhalten	195
KAPITEL 15: Was kommt danach?	206

Anhänge	209
ANHANG A: Wie Mitarbeiter mit Kundenkontakt die Kundenphilosophie umsetzen können	211
ANHANG B: LAB-Profil-Kundenfragebogen	222
ANHANG C: Wirkungsvolle Sprachmuster auf den Punkt gebracht	224
ANHANG D: Weitere praktische Anwendungsmöglichkeiten der LAB-Profile ...	227
ANHANG E: Wo finden Sie weitere Informationen über die LAB-Profile?	229
ANHANG F: Konferenzen, Keynotes und Trainings	235
Stimmen zu diesem Buch.....	237