

Über die Autorin	3
Danksagung	4
Vorwort zur 2. Auflage	5
1. Ihr größter Schatz: aktive, positive Empfehler	8
Empfehlungen sind die bessere Werbung	10
Über positive und negative Empfehler	15
Eine Rechnung, die aufgeht: Der Loyalty Value	22
Was Mundpropaganda und Empfehlungsmarketing unterscheidet	26
Die Bandbreite des modernen Empfehlungsmarketing	29
2. Nur Spitzenleistungen werden weiterempfohlen	30
Mit sieben As zu Spitzenleistungen	30
Marken sind gut fürs Empfehlungsgeschäft	39
3. Nur Spitzenleister erbringen Spitzenleistungen	45
Wie aus Mitarbeitern Spitzenleister werden	46
Vor der Kundenfokussierung steht die Mitarbeiterorientierung	49
Sich selbst zum Spitzenleister machen	52
4. Empfehlungsgeschäft ist Vertrauensgeschäft	54
5. Begeisterung ist ein Turbo für den Empfehlungserfolg	58
Wie Begeisterung entsteht	58
Von der Kundenbefürchtung zur Kundenbegeisterung	62
Dienstleistung neu erfinden	66
6. Die richtigen Fragen stellen	70
Die Empfehlung stimulieren	70
Empfehlungsfokussierte Kundenbefragungen	72
Die Empfehlungsrate ermitteln	77

7. Schritt für Schritt: Ihr Fahrplan in eine empfehlungsstarke Unternehmenszukunft	79
Schritt 1: Die Analyse.....	80
Schritt 2: Die Strategie.....	81
Schritt 3: Maßnahmenplanung und Umsetzung	89
Schritt 4: Kontrolle und Optimierung.....	89
8. Aktionsprogramme für wertvolles Empfehlungsgeschäft	92
Ins Gespräch kommen.....	93
Zum ‚Talk of the town‘ werden	94
Schriftliche Verstärker	96
Testimonials und Referenzen	98
Mundpropaganda via Handy & Co.....	100
Empfehlungen geldwert belohnen?	101
Neue Formen der Mundpropaganda	103
9. Das Internet als Empfehlungsplattform	105
Ein globales Dorf	105
Virales Web-Marketing	108
10. Mundpropaganda durch Guerilla-Marketing	114
11. Die Presse als Empfehler	118
Positive Schlagzeilen	119
Negative Schlagzeilen	121
12. Geschichten erzählen – zum Weitererzählen	123
Wie man Unternehmensgeschichten macht.....	124
Geschichten für drinnen und draußen	126
Erzählstoff durch Mitmach-Marketing	127
13. Wie aus Reklamierern positive Empfehler werden	130
14. Am Ziel: Ihr Empfehlungserfolg	132
Literaturhinweise	134