

Gliederung	Seite
<b>1. Verständlichkeit öffnet Türen</b>	<b>6</b>
<b>2. Den Kunden verstehen</b>	<b>6</b>
<b>3. Texte gestalten</b>	<b>7</b>
3.1 Sagen Sie das Wichtigste am Anfang	7
3.2 Sonderform: Storytelling	8
<b>4. Verständlich sein ist Arbeit</b>	<b>9</b>
4.1 Regeln für verständliches Schreiben	9
<b>5. Die richtigen Worte finden</b>	<b>13</b>
5.1 Die Tücken der Wortarten	14
5.2 Kleine Hilfen für mehr Verständlichkeit	15
<b>6. Den Leser animieren</b>	<b>16</b>
6.1 Überschrift	16
6.2 Den Text beginnen	17

Gliederung	Seite
<b>1. Warum Kundenmanagement?</b>	<b>20</b>
<b>2. Der Kunde als König</b>	<b>22</b>
<b>3. Vor dem ersten Kontakt</b>	<b>23</b>
<b>4. Der erste Kontakt</b>	<b>27</b>
<b>5. Tipps für die Gesprächsführung</b>	<b>28</b>
<b>6. Das Key Account Management</b>	<b>33</b>

Gliederung	Seite
<b>1. Der lange Atem zählt: Wofür ein Gesamtkonzept nützlich ist</b>	<b>36</b>
<b>2. Ohne Ziele kein Erfolg: Warum auf Messen ausstellen?</b>	<b>37</b>
<b>3. Die Qual der Wahl: Welche Messe ist die richtige?</b>	<b>38</b>
<b>4. Hier rollt der Rubel: Wie ein Kostenplan entsteht</b>	<b>39</b>
<b>5. Jeder kann verkaufen: Wie kann Personal qualifiziert werden?</b>	<b>41</b>
<b>6. Traumschloss oder Hütte: Wie sieht ein Messestand aus?</b>	<b>43</b>
<b>7. Das Salz in der Suppe: Wie Besucher an den Stand kommen</b>	<b>45</b>
<b>8. Sieben Meilensteine: Warum ein Zeitplan wichtig ist</b>	<b>47</b>
<b>9. Alles auf einmal: Wie Messetage Struktur bekommen</b>	<b>49</b>
<b>10. Nicht lockerlassen: Wie aus Kontakten Kunden werden</b>	<b>51</b>