

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	9
Geleitwort	11
Vorwort	13
Initiative „Kunde ist wirklich König“	15
Hinweise zur Nutzung	17
1. Kunde - <i>Erfolgschance des Erfolgs</i>	
1.1 Das einzige, was stört, ist der Kunde	21
1.2 Beziehungen statt Verkaufen	22
2. Zukunft	
2.1 Die 100%-Firma der Zukunft	29
2.2 Zukunft statt Heute	56
3. Strategie	
3.1 Richtige Strategieentwicklung	63
3.2 Vision statt Manipulation	77
4. Führung	
4.1 Mitarbeitermotivation in den 90er Jahren	85
4.2 Menschen im Mittelpunkt	98
5. Marketing	
5.1 Neudenken statt Altwissen	109
5.2 Der sprunghafte Kunde	116
6. Verkauf	
6.1 Neuland für Verkäufer	129
6.2 Mehr Zeit für Kunden	152

7. Trendbrüche	
7.1 Informationsmacht schlägt Geldmacht	165
7.2 Kopfstand für Marktregeln	170
8. Zeitwettbewerb	
8.1 Tempo des Wandels	177
8.2 Zeit als Wettbewerbsvorteil	185
9. Heterarchie	
9.1 Projekte statt Produkte	197
9.2 Franchising ist Zukunft	201
10. Information	
10.1 Menschen statt Daten	207
10.2 Wissenszwerge und Informationsriesen	210
11. MindWare	
11.1 MindWare statt Software	217
11.2 Multimedia als Sieger	220
12. Netzwerke	
12.1 Netzwerke mit Kunden	229
12.2 Direkte digitale Dialoge	233
13. Clienting	
13.1 Clienting statt Marketing	241
13.2 Sog statt Druck	247
Informationsempfehlungen	253
Über den Autor	256
Stichwortverzeichnis	259