

Inhaltsverzeichnis

1	Rechtliche Aspekte der Akquise – UWG, DSGVO & Co.	1
	Fazit	9
2	Gründe des Scheiterns	11
	Literatur	38
3	Neukundenakquise: gezielt in die Mittelmäßigkeit und Masse statt Klasse	39
4	Wege aus der Mittelmäßigkeit	45
	Literatur	64
5	Stand-up und Impro – Mut zu Improvisation und Reframing	65
	Literatur	82
6	Statistik und Studien	83
	Literatur	93
7	Empfehlungen – kalter Kaffee oder das Red Bull der Akquise?	95
	Literatur	106
8	Unser Gehirn braucht Geschichten – und unser Kunde auch	107
9	Die ein oder andere Checkliste	115
	9.1 Checkliste Einladungsmanagement	115
	9.1.1 Analyse des Kundenbuches/Kundenbestandes	115
	9.1.2 Systematische Absagen	116
	9.1.3 Denken Sie an die künstliche Verknappung!	116

9.2	Checkliste Kundenbuchanalyse	120
9.3	Checkliste: Signale aus der Kundenwelt.	121
9.4	Checkliste Trainingsplan.	123
9.4.1	Üben und trainieren Sie, wann immer Sie können.	123
9.4.2	Lassen Sie keine Gelegenheit aus, Formulierungen auszuprobieren	124
9.4.3	Üben Sie mit Kollegen – One Minute Cases	124
9.4.4	Setzen Sie sich Ziele – und zwar gemeinsam mit einem Kollegen.	125
	Literatur	126
10	Zum Schluss: Mal schnell gelesen	127
	Anhang	131