Die Erleuchtung: So einfach ist es, sich durch zufriedene Kunden empfehlen zu lassen

»Empfehlen Sie mich bitte weiter!«

Es gibt keine bessere Werbung als die Empfehlung durch zufriedene Kunden. Was müssen Sie dafür tun, und wann müssen Sie es tun?

Die persönliche Empfehlung ist die effektivste Werbung. In Zeiten, wo der Briefkadten überquillt und uns E-Mails fast erschlagen, erhalten sie noch mehr Gewicht. Dabei sind Empfehlungen gratis und obendrein weitaus wirksamer. Empfohlen zu werden muss deshalb permanentes Ziel ein. Wann empfiehlt ein Kunde aktiv weiter? Wenn er zufrieden ist und Vertrauen hat.

Zufrieden ist er, wenn Sie mehr bieten, als er erwartet. Empfehlenswerte Leistungen müssen über dem üblichen Angebot liegen und dem Kunden einen Zusatznutzen aufzeigen. Vertrauen schaffen Sie, wenn Sie ihn in in keiner Phase der Zusammenarbeit enttäuschen. Hat es irgendwo einmal kurz gekriselt, sind Sie der Sache sofort auf den Grund gegangen. Und weil Sie - nicht nur während einer Krise - immer wieder mündlich, telefonisch oder schriftlich zurückfragen, wissen Sie, wie zufrieden Ihr Kunde ist. Achtet er Sie als als wertvollen, nützlichen Spezialisten und Problemlöser, wird er Sie auch guten Bekannten empfehlen wollen.

Der Impuls dazu muss jedoch von Ihnen kommen! Und das ist leider nicht selbstverständlich: Neun von zehn Schreinermeistern, die wir in unserer langjährigen Beratungszeit kennen gelernt haben, verpassen gute Chancen, ihren Kunden um Weiterempfehlung zu bitten. Viele sind auch der Überzeugung, eine solche Bitte dürfe man nicht äußern. So klagen sie lieber, statt zum Kunden zu gehen und zu sagen: »Wenn Sie mit mir zufrieden waren, dann empfehlen Sie mich bitte weiter. Das würde mich sehr freuen, denn unser Unternehmen lebt von der Empfehlung durch zufriedenen Kunden.« Suchen Sie dafür nach einem Satz, die zu Ihnen passt, also authentisch klingt und Ihnen leicht über die Lippen geht. Verwenden Sie ab sofort nur noch diese Formulierung.

Ein guter Zeitpunkt für die »Empfehlungsfrage« ist z. B. wenige Tage nach Auftragsabschluss, wenn sich der Kunde noch gut an Einzelheiten erinnern kann. Rufen Sie ihn an und fragen Sie ihn, ober er zufrieden ist. Stellen Sie diese Frage nicht pauschal, sondern möglichst konkret: »Waren Sie mit unserer Beratung/ mit der Ausführung zufrieden?« Antwortet der Kunde mit einem eindeutigen Ja, ist der Zeitpunkt gekommen, die Bitte um Weiterempfehlung zu äußern.

Mit diesem ein Anruf schlagen Sie übrigens gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: Sie zeigen ihm, dass Sie sich nicht nur für ihn interessieren, wenn er kaufen woll, sondern bis zum guten Abschluss des Projekts (daran wird er sich erinnern, wenn er wieder einen Auftrag hat), wobei Sie auch noch konkrete Hinweise zur Verbesserung Ihres Angebots erhalten. Obendrein regen Sie sein Weiterempfehlungsverhalten an und haben so die Chance, mit seiner Hilfe nahezu kostenlos neue Kunden zu gewinnen. Übrigens, der entscheidendende Satz beginnt mit »*Wenn* Sie zufrieden sind, ...«. Lassen Sie also den Kunden selbst entscheiden, ob er zufrieden ist. Trauen Sie sich ganz einfach!

Burga Warrings, Uwe Engelhardt

Das ist jetzt zu tun:

- Versuchen Sie möglichst genau herauszufinden, was der Kunde an der Zusammenarbeit mit Ihnen schätzt
- Fragen Sie neue Kunden, wie sie zu Ihrem Unternehmen gefunden haben
- Führen Sie eine Datenbank über Ihre Empfehlungsgeber
- Starten Sie ein vIP-Programm für Ihre Empfehlungsgeber mit Einladungen(Brunch), kleinen Geschenken, gezielten Mailing etc.
- Verändern Sie die folgenden Sätze, so dass Sie zu Ihnen passen, und wenden Sie sie an:
- »Wenn Sie mit uns zufrieden waren, dann empfehlen Sie uns bitte weiter!«
- »Kennen Sie einen Bekannten oder Geschäftspartner, für den vielleicht eine ähnliche Lösung in Frage kommt?«
- »Ich habe erfahren dass Sie uns bei XY empfohlen haben. Das ist sehr freundlich von Ihnen. Ich habe Ihnen dafür ein kleines Dankeschön mitgebracht.

Die Autoren

Burga Warrings und Uwe Engelhardt führen die Vertriebs- und Marketingagentur Provice, 86899 Landsberg, Tel.: (08191) 9852-16, Fax: 9852-79, www.provice.net

dds-Abonnenten erhalten zum Vorzugspreis eine interne Verkaufsschulung. Einfach Infos anfordern bei service@provice.net, Stichwort: Verkaufsschulung dds

Im nächsten dds (Dezember 2006):
»??«