



SWZ-Serie **Unternehmensführung und Beratung (5)**
Empfehlungen sind ein gutes Marketinginstrument

Kunden als Verkäufer

„Willst du einen Menschen überzeugen, geht das leichter über einen Zeugen!“ Dies gilt seit der Antike vor Gericht, aber auch für jeden, der Produkte und Dienstleistungen erfolgreich vermarkten will. **Mundwerbung ist Gold wert.**

Terenten – Gerade in der aktuellen Vertrauenskrise zählen positive Kundenrezensionen (online wie offline) mehr denn je und sichern die Glaubwürdigkeit eines Unternehmens! Aus diesem Grund empfehlen wir, mit der positiven Kundenbewertung zu werben und so

den eigenen Qualitätsanspruch schnell und ohne viele Worte am Markt und auch gegenüber der Konkurrenz deutlich zu machen.

Kunden entscheiden in hohem Maße nach Empfehlungen und positiven Bewertungen anderer Kunden. Diese

Chance gilt es zu nutzen, denn gute Empfehlungen steigern nachweislich den Umsatz, beschleunigen Kaufentscheidungen, sichern Image und Glaubwürdigkeit und schaffen von Anfang an eine solide Vertrauensbasis.

Aus diesem Grund fragen sich immer mehr Unternehmen, wie eine gute Mundwerbung zustande kommt. Laut dem Marketingexperten Klaus J. Fink geht das ganz einfach: „Wenn Sie sich ehrlich um Ihre Kunden kümmern, kümmern sich auch Ihre Kunden um Sie!“ Das scheint der einzige Weg in eine erfolgreiche Zukunft. „denn wenn Sie sich nicht um Ihre Kunden kümmern, kümmert sich bald ein anderer um Ihre Kunden“.

Zudem ist eine gesunde Portion an Selbstbewusstsein gefragt. **Mittelklasse wird nicht weiterempfohlen!** Es gilt, die Nummer 1 im Kopf des Kunden zu sein. Betonen Sie Ihre Erfahrung, er-

**Wenn Sie sich
ehrllich um Ihre
Kunden küm-
mern, kümmern
sich auch Ihre
Kunden um Sie!**

Klaus J. Fink

klären Sie, wie Sie arbeiten, zeigen Sie, wer Sie sind und was Sie besonders gut, am besten (!) können. Über Ihre Arbeit entsteht ein deutlicher Mehrwert für Ihre Kunden, und diesen müssen Sie bewusst betonen. So beeinflussen Sie über Ihre eigene positive Kommunikation das, was Ihre Kunden morgen über Sie sagen werden!

Fragen Sie jeden neuen Interessenten, wie er auf Ihr Unternehmen aufmerksam wurde. Sie werden sehen, wie wichtig bereits jetzt Empfehlungen für Ihr Unternehmen sind. Fragen Sie, wer Sie weiterempfohlen hat, damit Sie sich bei diesem bedanken können. Damit Sie Ihre Empfehler morgen kennen und jedem Empfehler den verdienten VIP-Status unter Ihren Kunden verleihen.

Und sprechen Sie so oft wie möglich über Empfehlungen. Sprechen Sie über Projekte, die Sie nur über Empfehlungen erhalten haben. Schaffen Sie Vertrauen, indem Sie garantieren, so gut zu arbeiten, dass Sie morgen empfehlenswert sind. Setzen Sie das Empfehlungsmarketing geschickt bei Preisverhandlungen ein, lassen Sie sich Namen von Bekannten geben, für die Ihr Produkt oder Service auch von Interesse ist.

Die Besten wollen Ihre Empfehlungen zudem schriftlich, ob online oder offline! Eine perfekte Referenzmappe empfiehlt Sie automatisch weiter. Testimonials können in Ihre Werbestrategie effizient eingebaut werden. Hilfreich ist es auch, etablierte Gütesiegel zu nutzen, die über professionelle Kundenzufriedenheitsanalysen die Zufriedenheit und Empfehlungsbereitschaft Ihrer Kunden messen und zertifizieren. Was im Tourismus erfolgreich und weltweit vorgemacht wird, wird jetzt auch in anderen Branchen zur Selbstverständlichkeit – und zum sichtbaren Gütemerkmal. Positive Kundenbewertungen sind ein Trumpf im Geschäftsleben.

Christoph Koch



Der Autor: Christoph Koch ist geschäftsführender Gesellschafter der rcn-solutions GmbH, welche besonders auf Marketing und Marktforschung spezialisiert ist.