

Empfehlungsmarketing, Teil 6
20.11.2009 | 14:30 Uhr

Checkliste - machen Sie den Selbsttest

Mit einer Checkliste von Anne M. Schüller können Sie Ihr

Empfehlungsmarketing schlägt jede klassische Werbung. Aktive positive Empfehler verkaufen wirksamer als jede Werbesendung, sämtliches Prospektmaterial und jede Internetseite.

Empfehler wirken glaubwürdig, machen neugierig und verbreiten Kauflaune. Hierdurch verringern sich Kaufwiderstände erheblich. Empfohlenes Geschäft ist quasi schon vorverkauft. Dies führt beim Empfehlungsempfänger zu einer positiven Wahrnehmung, zu einer höheren Gesprächsbereitschaft und zu zügigen Entscheidungen. Oft auch zu einer geringeren Preis-Sensibilität, zu höherwertigen Käufen und loyalere Geschäftsgebaren. Und schnell zu neuem Empfehlungsgeschäft.

Demnach lautet die alles entscheidende Frage: Wie mache ich meine Kunden und Kontakte zu Top-Verkäufern meiner Angebote und Services? Die folgende Checkliste soll dabei helfen. Ziel ist es, den Anteil der Kunden, die aufgrund einer Empfehlung gewonnen werden, systematisch zu erhöhen. Die Voraussetzung dazu? Ein Spitzenleister zu sein, der begeistert und dem man vertraut. Denn empfohlen wird nur, was außergewöhnlich ist und absolut überzeugt. Darüber hinaus brauchen Sie einen Sympathiebonus, denn Menschen empfehlen niemanden, den sie nicht leiden können.

21 + 1 Fragen für ein erfolgreiches Empfehlungsmarketing

- Wer hat Sie schon empfohlen? Haben Sie dazu eine Liste erstellt?
- Wie haben Sie sich dafür bedankt? Mit einer kleinen "Belohnung"?
- Weshalb werden Sie weiterempfohlen bzw. weshalb werden Sie nicht empfohlen? Stellen Sie hierzu den Kunden folgende Fragen:
 - Inwieweit können Sie sich vorstellen, uns weiterzuempfehlen?
 - Und wenn vorstellbar: Weshalb genau?
 - Und wenn nein: Weshalb nicht?
 - Wenn es eine Sache gibt, für die Sie uns garantiert weiterempfehlen können, was wäre das genau für Sie?
 - Und wenn es eine Sache gibt, für die Sie uns ganz sicher nicht weiterempfehlen können, was ist das konkret für Sie?
- In Prozent: Wie viele Ihrer Kunden empfehlen Sie weiter?

- Welche Empfehler sprechen die wirkungsvollsten Empfehlungen aus? Gibt es dabei typbedingte, branchen- oder geschlechterspezifische bzw. regionale oder nationale Unterschiede?
- Wie hoch ist Ihre Abschlussquote bei empfohlenem Geschäft? Und bei nicht empfohlenem?
- Mit welcher Wahrscheinlichkeit werden Empfehlungsempfänger selbst zu Empfehlern?
- Haben Sie die Empfehler in Ihrer Datenbank als solche markiert?
- Geben Sie Ihrem Kunden zu verstehen, dass Sie sich über eine Empfehlung freuen (würden)? Und wenn ja, wie?
- Wie viele Kunden sind aufgrund einer Empfehlung zu Ihnen gekommen?
- In Prozent: Wie hoch ist Ihre Empfehlungsrate (= Anteil der Kunden, die Sie aufgrund einer Empfehlung gewonnen haben)?
- Untersuchen Sie, wie der Empfehlungsprozess im Einzelnen gelaufen ist? Gibt es dabei erkennbare Muster?
- Haben Sie aus diesen Erkenntnissen schon ganz konkrete weitere Aktionen abgeleitet?

Versehen Sie Ihren Wunsch mit einer Begründung

- Fragen Sie Ihre Kunden, ob sie andere Personen kennen, die an Ihrer Leistung ebenfalls interessiert sein könnten? Tipp: Versehen Sie Ihren Wunsch mit einer Begründung. Fragen Sie zum Beispiel wie folgt: "Ich möchte expandieren. Wen kennen Sie denn, der sich vielleicht für unser Angebot ebenfalls interessieren könnte?"
- Sind Ihre Briefe, Prospekte, Angebote, Rechnungen, Newsletter etc. mit Weiterempfehlungshinweisen versehen?
- Hat Ihre Webseite einen Weiterempfehlungs-Link?
- Haben Sie Geschichten über erfolgreich verlaufene Empfehlungen parat, die Sie im Kundengespräch unterbringen können?
- Sorgen Sie durch außergewöhnliche Aktivitäten für Gesprächsstoff und Mundpropaganda?
- Suchen Sie systematisch nach Meinungsführern und Multiplikatoren in Ihrem Umfeld? Und wie versuchen Sie, diese für sich zu gewinnen?
- Nutzen Sie Beziehungsnetzwerke im Internet und in der realen Welt für Ihre Empfehlungsarbeit?
- Nutzen Sie Testimonials und Referenzen für Ihre Empfehlungsarbeit?

Die Autorin Anne M. Schüller ist Management-Consultant und gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Sie hält Vorträge, Seminare und Workshops zum Thema und gehört zum Kreis der "Excellent-Speakers". Ihr Buch zum Thema heißt ‚Zukunftstrend Empfehlungsmarketing‘. Weitere Infos: www.empfehlungsmarketing.cc

Kontakt:

Anne Schüller Marketing Consulting, Harthausen Str. 54, 81545 München, Tel.: 089 6423208, E-Mail: info@anneschueller.de, Internet: [\[1\] www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)

Das Buch zum Thema:

Anne M. Schüller: Zukunftstrend Empfehlungsmarketing. Der beste Umsatzbeschleuniger aller Zeiten, BusinessVillage, 3. Aufl. 2009, 135 Seiten, ISBN 978-3-938358-63-4

Enthaltene Links:

[1] <http://www.anneschueller.de/>

[→ schliessen](#)

© Copyright IDG MAGAZINE MEDIA GMBH München

IDG-Publikationen im Internet

CIO - ChannelPartner - COMPUTERWOCHE - GamePro

GameStar - IDG-Verlag - MacWelt - PC-Welt - tecChannel