

Kreisausschuss

Marburg, 24. April 2013

Pressemitteilung 143/2013

Kunden zu Fürsprechern für ein Unternehmen machen: Empfehler sind die besten Verkäufer

Rund 170 Interessierte kamen zum Impulsvortrag nach Dreihausen

Marburg-Biedenkopf – Wie man die eigenen Kunden zum Fürsprecher für sein Unternehmen machen und so Werbekosten sparen kann – das war Thema des Impulsvortrags der Qualifizierungsoffensive des Landkreises Marburg-Biedenkopf. Gemeinsam mit der Gemeinde Ebsdorfergrund hatte der Landkreis dazu ins Bürgerzentrum nach Dreihausen eingeladen. Unternehmer-Coach Heiko T. Ciesinski veranschaulichte im mit 170 Personen vollbesetzten Saal, welchen hohen Stellenwert das Empfehlungs-Marketing hat.

„Wir werden mit Werbung überflutet. Jede Minute erreichen uns im Durchschnitt fünf Werbebotschaften – insgesamt fast 7000 pro Tag. Durch diese Reizüberflutung werden jedoch nur zwei Prozent der Werbung überhaupt wahrgenommen. Wahrnehmen wiederum heißt nicht, dass auch eine Reaktion erfolgt“, erläuterte der Referent. Neun von zehn Kunden würden jedoch auf Empfehlungen vertrauen. Empfehlungsmarketing sei das Mittel in konsumschwachen Zeiten mit gnadenlosen Preiskämpfen, sinkender Werbewirkung und hoher Vergleichbarkeit der Produkte. „Wer könnte da ein besserer Fürsprecher sein, als die eigenen überzeugten Kunden?“, fragte Heiko T. Ciesinski

„Um eine Empfehlung zu erhalten muss man mehr tun, als seine Kunden zufrieden zu stellen. Man muss sie begeistern!“ Wie dies gelingen kann veranschaulichte Ciesinski anhand einiger Beispiele. Sein Tipp: „Gewinnen Sie das Herz des Kunden.“ Neben Basisfaktoren wie Freundlichkeit, Pünktlichkeit, Sauberkeit, Ehrlichkeit und Sicherheit sind hier Begeisterungsfaktoren wichtig. „Seien Sie anders, als der Kunde erwartet!“

Seien Sie besser“, riet Ciesinski. Um eine Empfehlung zu erhalten, sei es gut, bereits zu Beginn des Gesprächs in lockerer Atmosphäre abzuklären, was dem Kunden besonders wichtig ist. Im Anschluss kann man als Unternehmer dann daran gehen, diese Punkte zu erfüllen und den Kunden zu begeistern, so dass er sie weiter empfiehlt.

Nicht zu vernachlässigen sei der Aspekt, dass auch dem Empfehler selbst Wertschätzung entgegengebracht werden sollte. Als Beispiel nannte Ciesinski hier die Möglichkeit, eine Torte als Dankeschön für die Weiterempfehlung an den Arbeitsplatz des Empfehlers zu schicken. So bleibe man mit Sicherheit in Erinnerung – und andere würden auf das eigene Unternehmen aufmerksam.

Empfehlungsmarketing sei eine Strategie, die das ganze Unternehmen betrifft. Alle müssten dabei an einem Strang ziehen und alle seien dafür verantwortlich. Um eine ehrliche Rückmeldung der Kunden zu erhalten sollte man daher nicht fragen „Waren Sie zufrieden?“, sondern: „Wie zufrieden waren Sie mit uns auf einer Skala von 1 bis 10?“ „Je nach Antwort kann man an dieser Stelle wichtige Verbesserungsvorschläge erhalten, denn die eigenen Kunden sind die besten Ratgeber“, unterstrich der Referent.

Hintergrund:

Das Projekt „Qualifizierungsoffensive“ des Hessischen Wirtschaftsministeriums wird im Landkreis Marburg-Biedenkopf seit 1999 innerhalb der Stabsstelle Wirtschaftsförderung umgesetzt und aus Mitteln des Landes Hessen und des Europäischen Sozialfonds gefördert. Mit den Aktivitäten sollen in erster Linie kleine und mittlere Unternehmen für den Nutzen und die Möglichkeiten der beruflichen Weiterbildung sensibilisiert sowie dort beschäftigten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern eine fundierte Unterstützung bei Fragen zum Thema Weiterbildung geboten werden.