
Empfehlungsmarketing – der Umsatzturbo in der Neukundengewinnung

Empfehlungsmarketing – mehr als nur ein „bischen“ Umsatz

Das Empfehlungsmarketing ist der Marketing-Turbo der heutigen Zeit. Wenn man so will ein „perpede mobile“ – im Optimalfall einmal angestoßen und für immer erfolgreich.

Neben den wirtschaftlichen Effekten (einfach, günstig, nachhaltig) existieren auch Nebeneffekte wie die Steigerung des Bekanntheitsgrades, die Senkung der Marketing- und Vertriebskosten und ein verbessertes Reklamationsmanagement.

Wichtig für das erfolgreiche Empfehlungsmarketing ist jedoch das Schaffen einer soliden Empfehlungsbasis. Stellen Sie sich die Frage: Ist meine Leistung empfehlungswürdig? – bzw. was fehlt um empfehlungswürdig zu sein?

In 4 einfachen Schritten kommen Sie zum Erfolg:



Schritt 1:

Zunächst ist es, wie in jedem Projekt wichtig, zu wissen von welchem Niveau aus das systematische Empfehlungsmarketing startet. Hierzu gehört die

Analyse Ihrer aktuellen Produkt- und Leistungsqualität, um Optimierungspotenziale zu entdecken. Hierzu gehört auch die Feststellung der aktuellen Empfehlungsrate und der möglichen Empfehlungspotenziale.

Schritt 2:

Wer ist nun jedoch der geeignete „Empfehlen“? Sicherlich kann jeder Ihrer Kunden eine Empfehlung aussprechen, jedoch sind die ausgesprochenen Empfehlungen von unterschiedlicher Qualität. Die sogenannten Meinungsbildner haben den größten Einfluss auf Ihre neuen Kunden. Empfehlungen von Ihnen sind deshalb besonders wertvoll.

Analysieren Sie deshalb Ihre Kundengruppen nach Empfehlungsbereitschaft, Qualität der zu erwartenden Empfehlungen und erwartete Abschlusswahrscheinlichkeit.

Z.B. könnte es erstrebenswert sein von Ihren wertvollsten Kunden Empfehlungen zu erhalten, da davon auszugehen ist, dass diese Empfehlungen aus Ihrem sozialen Umfeld aussprechen. So erhalten Sie wieder potenziell „wertvolle“ Kunden.

Formulieren Sie dann schließlich Ihre Empfehlungsziele orientiert an Ihrer Ausgangssituation. Um wieviel Prozent wollen sie die aktuelle Empfehlungsquote erhöhen? Wollen Sie die Qualität der Empfehlungen erhöhen?

Schritt 3:

Wie und mit wem wollen Sie Ihr Empfehlungsprojekt erfolgreich gestalten. Definieren Sie dazu die Empfehlungsstrategie und die passenden Maßnahmen. Wie soll die Empfehlung z.B. incentiviert werden? Welche Reaktion erwarten wir von welchen Kunden? Wie sollen Empfehlungen eingeholt werden? Wie soll die notwendige Einwilligungserklärung abgeholt werden? Wie erfolgt die Erfolgskontrolle?

Schritt 4:

Zu guter Letzt muss auch das Empfehlungsmarketing wirksam sein. Etablieren Sie von Beginn an ein kurzfristiges Monitoring und ein wirksames Controlling. Nachdem Defizite offensichtlich werden sollten Sie sofort nachschärfen. Zu oft wird ein erster Misserfolg genutzt um das gesamte Empfehlungsmarketing in Frage zu stellen. Geben Sie diesen „Miesepetern“ keine Chance und entwickeln Sie schnell und effizient neue Ideen.

Wir haben Ihr Interesse geweckt? Gerne stehen wir Ihnen für Rückfragen und ein erstes Projekt zur Verfügung.

Nutzen Sie dafür unsere **Empfehlungsgarantie!**

The Clientist Unternehmensberatung
Consulting – Interim Management - Outsourcing
Mathias Jahn

Froschkönigweg 3
65199 Wiesbaden
www.clientist.de
info@clientist.de

T +49 172 9017821