

Empfehlungsmarketing-Plan in sieben Schritten



Empfehlungsmarketing ist eines der effektivsten Marketing-Werkzeuge überhaupt. Empfehlungen dürfen aber nicht zur Glückssache werden, sondern sollten ein fester Bestandteil Ihrer Marketing-Strategie sein. In puncto Vertrauensaufbau können Sie durch eine Empfehlung eine Abkürzung nehmen. Empfohlen werden natürlich nur Produkte und Dienstleistungen, die den Empfehlenden überzeugt haben, denn er steht mit seinem guten Namen dahinter.

Zusätzlich zu einer gut erbrachten Leistung bedarf es einer ordentlichen Portion Sympathie, denn keiner empfiehlt jemanden weiter, den er selbst nicht leiden kann. In vielen Branchen ist es ein wenig unwahrscheinlicher, dass Empfehlungen „automatisch“ passieren, da dürfen wir ein wenig nachhelfen. Die sieben Schritte sollen nicht als chronologischer Ablauf verstanden werden, sondern als planbare Optionen fungieren „wenn es passt“.

Wie gehen Sie nun am besten vor, um sich Empfehlungen von Ihren Kunden zu holen?

Streben Sie ein Gespräch mit dem Thema Empfehlungen an



Dabei fragen Sie am Ende eines Gespräches, wenn dieses gut verlaufen ist, systematisch nach Empfehlungen – am besten verknüpft mit einer gezielten Begründung:

„Wir möchten expandieren. Kennen Sie ein Unternehmen, welches sich ebenfalls für unsere Produkte oder Dienstleistungen interessieren könnte?“

„Inwieweit können Sie sich vorstellen, uns weiterzuempfehlen?“

„Wir möchten unseren Kundenkreis erweitern, können Sie mir dabei behilflich sein? Kennen Sie Unternehmen die unsere Unterstützung benötigen könnten?“

„Sie sind mit unserer Dienstleistung zufrieden? Können Sie uns weiterempfehlen?“

...und so weiter...

Bewertungen in verschiedenen Portalen



Die Digitalisierung ist in vollem Gange. Kundenrezensionen gewinnen immer mehr an Bedeutung. In manchen Branchen entscheiden bereits heute die Bewertungen über Erfolg oder Misserfolg eines Unternehmens. Fragen Sie jeden Kunden nach einer Google Rezension (Bewertung). Sie müssen jetzt Ihre Marktposition stärken!

Durch eine E-Mail bitten Sie Ihre Kunden, Sie und Ihre Leistungen zu bewerten. Dabei muss es für den Kunden so komfortabel wie nur möglich sein. Bieten Sie ihm direkt und einfach den entsprechenden [Google LINK](#), [Facebook LINK](#) oder einen Link von sonstigen Bewertungsportalen an.

Gehen Sie mit Humor vor

Ich empfinde Humor als eine der schönsten Arten mit Kunden umzugehen. Die Geschäftswelt ist meiner Ansicht nach schon ernst genug. Bringen Sie mehr Frische und Leichtigkeit in den Geschäftsalltag. Ihre Kunden werden das schätzen.

„Ach übrigens, wenn Sie mit uns zufrieden waren, dann sagen Sie es doch bitte so vielen wir möglich weiter. Und falls Sie mal nicht so zufrieden sind, dann sagen Sie es bitte gleich mir.“

Kennen Sie die „Zwei-statt-eins-Methode“?



Dabei überreichen Sie zu Beginn Ihre Visitenkarte wie gewohnt und zusätzlich eine Zweite mit der Bitte, diese an einen Ansprechpartner weiterzugeben, der ebenfalls Interesse an Ihnen und Ihren Dienstleistungen haben könnte.

Wenden Sie bewusst Storytelling-Marketing an



Erzählen Sie wahre Geschichten über Kunden, die Sie über eine Empfehlung gewonnen haben, was für ein Glück es war, usw. Erwähnen Sie dabei ruhig öfter, dass es eine Empfehlung war.

Die Zwei-statt-eins-Methode im Schriftverkehr

Beim Versand von Angeboten bitten Sie Ihren Kunden, das Angebot ruhig an jemanden aus seinem Netzwerk weiterzuleiten, wenn er das Angebot selbst für gut befindet.

„Sollten Ihnen mein Angebot zusagen, so bitte ich Sie es an eine Person aus Ihrem Netzwerk, bei der Sie einen Bedarf vermuten, weiterzuleiten. Für Ihre Unterstützung bedanke ich mich herzlich.“

Natürlich nur, wenn es zum Produkt oder Dienstleistung passt.

Kunden um ein Referenzschreiben bitten



Hierbei geht es um ein paar Zeilen über die Qualität der Zusammenarbeit. Solch ein Testimonial sagt mehr aus als tausend Worte! Je nach Branche können Sie die Referenzschreiben schön gerahmt an die Wand hängen, auf Ihrer Internetseite präsentieren oder im Verkaufsgespräch auf den Tisch legen.

Probieren Sie es einfach mal. Nehmen Sie sich zunächst jeweils nur einen der sieben Punkte vor und bauen Sie nach und nach Ihre Empfehlungsmarketing-Strategie aus.

[Ich wünsche Ihnen humorvolle Erfahrungen und viel Erfolg bei der praktischen Umsetzung.](#)