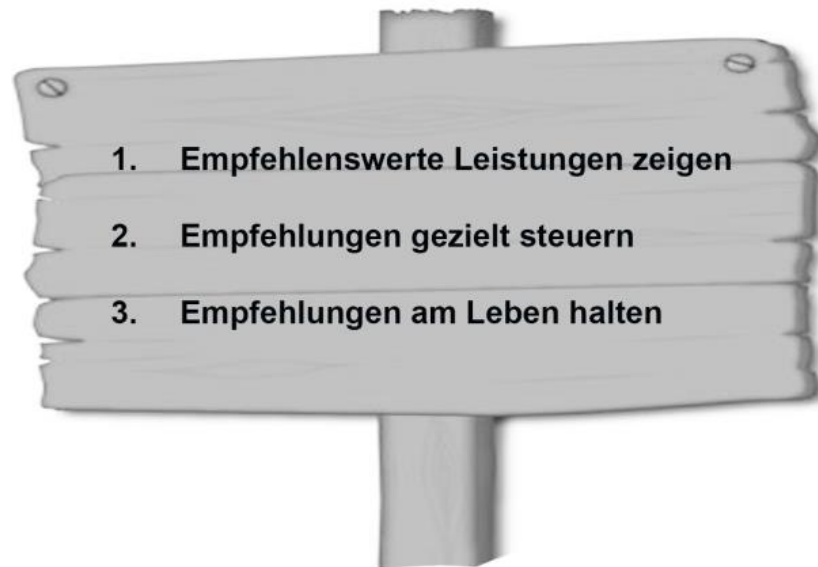


## Grundvoraussetzungen für Empfehlungen

(ein kleiner Auszug aus dem Booklet „Empfehlungsmarketing  
-emotional, individuell und WERTschätzend“)



### **1. Empfehlenswerte Leistung zeigen**

Die Leistung muss „besonders“ sein, sie sollte die Erwartungen des Kunden im Idealfall übertreffen. Meist geht es dabei um die ganz persönliche Wirkung des Verkäufers.

### **2. Empfehlungen gezielt steuern**

Kunden empfehlen weiter, wenn die Empfehlung ihnen selbst (meist unbewusst) sinnvoll erscheint – wenn ihre Werte als Kunde hierzu passen, sie also selbst mit der Empfehlung ihre eigenen Werte „füttern“. Die wenigsten Kunden werden von sich aus tätig (nur 1-3 von 10 Kunden). Die meisten Kunden benötigen einen Anschubser hierzu: einen emotionalen Appell ihres Verkäufers.

### **3. Empfehlungen am Leben halten**

Jede Empfehlung braucht ein herzliches Dankeschön und manchmal auch ein kleines Präsent für den Empfehler, damit sie sich wiederholt. Das Präsent ist besonders WERTvoll, wenn es die Werte des Kunden berührt, die Auslöser für die Empfehlung waren.

UND GANZ WICHTIG:

Neukunden MÜSSEN IMMER gefragt werden, wie sie auf den Verkäufer/ Dienstleister aufmerksam wurden. Denn sonst erfahren die Verkäufer/ Dienstleister nicht, bei wem sie sich bedanken müssen, wenn eine Empfehlung der Auslöser war.



**Hier einige Beispiele:**

- „Darf ich fragen, was Ihr Beweggrund war, zu uns zu kommen?“
- „Wie sind Sie eigentlich auf uns aufmerksam geworden?“
- „Wissen Sie, ich frage auch aus dem Grund, um zu erfahren, ob Sie der Empfehlung eines unserer Kunden folgen. Denn in diesem Fall möchte ich mich selbstverständlich bei ihm bedanken!“

Oder kombiniert:

- „Darf ich fragen, ob Sie auf Empfehlung eines unserer Kunden zu uns gekommen sind? Das kommt immer wieder vor und ich möchte es nicht versäumen, mich dafür bei ihm zu bedanken.“