



**Die beste Werbung?
Beste Empfehlungen!**
Und zwar mit System.

www.leitbetrieb.com

Die beste Werbung? Beste Empfehlungen! Und zwar mit System.

- Warum Menschen bei ihrer Kaufentscheidung am allermeisten auf Menschen vertrauen
- Wie Sie als Anbieter bei potenziellen Kunden aktiv ins Gespräch kommen – aber nicht ins Gerede
- Warum es zu wenig ist, in aller Bescheidenheit auf Empfehlungen zu warten
- **Plus:** Ihr Empfehlungsmarketing mit System – sofort und einfach anwendbar!



Leitbetrieb
Deutschland



Leitbetrieb
Österreich



Sehr geehrte Unternehmerinnen,
sehr geehrte Unternehmer!



Empfehlungsmarketing ist weder neu noch eine Geheimwissenschaft: Nicht weniger als 248.000 Ergebnisse wirft Google für dieses Suchwort aus. Durch die „gute Nachred“ ihrer zufriedenen Kunden neue Kunden zu gewinnen, war für Kaufleute schon immer ein erfolgversprechendes Rezept, seit den frühesten Anfangstagen von Handel und Unternehmertum insgesamt.

Umso erstaunlicher ist es, dass das enorme Potenzial von Kundenempfehlungen bei weitem nicht ausgeschöpft wird. Nicht selten nutzen Wirtschaftstreibende die Möglichkeit, Neukunden praktisch zum Nulltarif zu gewinnen, bloß halbherzig, irgendwie – oder gar nicht.

Die AKZEPTA Group setzt seit bald 30 Jahren auf die überzeugende Kraft positiver Kundenmeinungen. Sie haben großen Anteil an unserer Erfolgsgeschichte. Daher ist es mir auch im Rahmen der Servicelinitiative Leitbetrieb ein großes Anliegen, das Thema Empfehlungsmarketing und seine marktstrategische Bedeutung verstärkt in den Fokus zu rücken.

Diese Ausgabe des ServiceLetters bietet dazu Informationen, Denkanstöße sowie praktische Tipps und Tools, wie Sie mit dem Feedback Ihrer begeisterten Kunden noch erfolgreicher werden. Ich wünsche Ihnen wie immer eine anregende und vor allem nutzbringende Lektüre – mit besten Empfehlungen!

Erich Stadler
Gründer und Inhaber der Akzeptata Group
Initiator der Servicelinitiative Leitbetrieb



Empfehlungen: Die beste Werbung machen begeisterte Kunden

Tagtäglich schwappt eine wahre Flut an Werbung über uns hinweg. Doch letztlich lassen sich Menschen, die vor einer Kaufentscheidung stehen, am liebsten von anderen Menschen überzeugen.

Mal ganz persönlich: Was zählt für Sie mehr – ein Hochglanzprospekt, ein TV-Spot oder der Tipp eines Menschen aus Ihrem Umfeld? Acht von zehn Befragten vertrauen in erster Linie auf die Empfehlung von Freunden und Bekannten, um sich eine Meinung über ein Produkt oder eine Dienstleistung zu bilden. Das sagt nicht nur der Hausverstand, sondern auch eine aktuelle Studie von Nielsen Deutschland.

Andere Untersuchungen belegen, dass z. B. bei Handwerkern fast jeder zweite Auftrag durch eine Empfehlung von bestehenden Kunden oder Kooperationspartnern gewonnen wird. Dies lässt sich auf die allermeisten anderen Branchen umlegen. Kein Zweifel also: Die beste Werbung machen begeisterte Kunden und überzeugte Partner.

Glaubwürdigkeit zählt mehr denn je

Dass dies auch heute, in Zeiten eines „Dauerbombardements“ durch Werbung gilt, ist kein Widerspruch, ganz im Gegenteil: Kunden sind zunehmend übersättigt mit Werbebotschaften und vertrauen umso mehr auf die Glaubwürdigkeit von Empfehlungen. Schließlich steht der Empfehlende mit seinem Namen für die Qualität des Empfohlenen ein.

Einen fast schon poetischen Vergleich hat dazu Anne M. Schüller, eine führende Expertin in Sachen Empfehlungsmarketing, geprägt: Sie bezeichnet Empfehlungen als „Leuchtfeuer im unendlichen Meer der Möglichkeiten“.



Etwas profaner ausgedrückt: Kundenempfehlungen sind die wohl ehrlichste, treffsicherste und nicht zuletzt kostengünstigste Form von Marketing. Sie erleichtern Interessenten die Orientierung und beschleunigen ihre Entscheidung. Und sie vermeiden, dass Unternehmen ihre Neukunden hauptsächlich über den Preis gewinnen müssen – was bekanntlich nicht selten ein ruinöses Unterfangen ist.

Empfohlen wird nur, wer empfehlenswert ist

Empfehlungsmarketing funktioniert freilich nur unter einer Voraussetzung: Die Basis muss stimmen. Nachhaltig empfohlen wird nur, wer auch tatsächlich empfehlenswert ist. Neben Produkt- und Dienstleistungsqualität müssen auch Kundenorientierung und Servicequalität überdurchschnittlich hohe Maßstäbe erfüllen.

Kunden wollen mit gutem Gefühl kaufen und nicht enttäuscht werden. Daher sind sie für hilfreiche Empfehlungen dankbar – das bringt ein Plus auch für den Empfehlenden und eine echte Win-Win-Situation für alle Beteiligten.

Nicht darauf warten – aktiv werden!

Empfehlungen durch Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter sind also viel zu wertvoll, um sie dem Zufall zu überlassen. Unternehmen sind gut beraten, sie aktiv zu fördern, sie anzuregen und auch direkt einzuholen. Das ist keineswegs „peinlich“, sondern beweist, dass Unternehmen von sich selbst und ihrer Qualität ein klares und selbstbewusstes Bild haben.

Nützen Sie die enormen Chancen, die in jeder Kundenempfehlung stecken. Die ServiceMarke Leitbetrieb unterstützt Sie dabei!



So werden Ihre Kunden Ihre besten Verkäufer

Sie verstehen es, Ihre Kunden und Geschäftspartner zu begeistern? Glückwunsch – doch das heißt noch nicht, dass Sie von ihnen auch weiterempfohlen werden. Warten Sie nicht in aller Bescheidenheit auf Empfehlungen. Werden Sie aktiv!

Die besten Verkäufer eines Unternehmens sind Kunden und Partner, die es aktiv weiterempfehlen. Fachleute halten die Empfehlungsrate – also den Anteil an Kunden, die durch eine Weiterempfehlung zu Kunden wurden – für eine der wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen, die letztlich sogar über die Zukunft eines Unternehmens entscheidet. Service-Expertin Anne M. Schüller bringt es markant auf den Punkt: „Wer heute nicht empfehlenswert ist, ist morgen nicht mehr kaufenswert – und übermorgen tot!“

Bloß darauf zu warten, dass man mehr oder minder zufällig weiterempfohlen wird, ist demnach eindeutig zu wenig. Zumal auch hochzufriedene Kunden ihre Erfahrungen nicht automatisch weitergeben. Man sollte dem Erfolg also schon etwas auf die Sprünge helfen, indem Empfehlungen aktiv und gezielt eingeholt und eingesetzt werden. Möglichkeiten dazu gibt es viele, und manche sind ganz einfach.

Wer selbst empfiehlt, wird auch empfohlen

„Wenn Sie zufrieden sind, dann sagen Sie es weiter – wenn nicht, dann sagen Sie es uns“: Diesen Satz haben wir wohl alle schon gelesen oder gehört. Dennoch ist er keine Binsenweisheit, sondern sagt genau das aus, was Empfehlungsmarketing ausmacht. Denn eben darum geht es ja: „Bitten Sie Ihre Kunden, Sie zu empfehlen“, rät daher auch Anne M. Schüller.



Die Service-Expertin empfiehlt außerdem:

- Werden Sie selbst als Empfehler aktiv: Wer selbst Empfehlungen ausspricht, kann damit rechnen, dass die Empfohlenen sich dafür erkenntlich zeigen, indem sie auch ihn weiterempfehlen.
- Sprechen Sie das Thema Empfehlung bei Unterhaltungen gezielt an – und bringen Sie sich dabei selbst ins Gespräch.
- Fragen Sie alle neuen Kunden, wie sie auf Ihr Unternehmen aufmerksam wurden. So ermitteln Sie Ihre Empfehlungsrate.
- Engagieren Sie sich im Social Web. Beiträge auf Facebook und Twitter, in Blogs und Online-Foren werden gerne geteilt und verlinkt – und jeder Link ist eine kleine Empfehlung. Vor Eigenlob sollte man sich dabei hüten; besser ist es, sich fachkompetent zu präsentieren. Und: Warten Sie nicht einfach ab, was passiert, sondern laden Sie aktiv zum Mitreden ein.
- Legen Sie einem Gutschein für Kunden gleich einen zweiten bei, den diese im Freundes- und Bekanntenkreis verschenken können. Damit ist allerdings nicht bezahltes Weiterempfehlen gemeint: Solche Programme („Kunden werben Kunden“) sind gegenüber Empfehlungen, die aus freien Stücken erfolgen, immer bloß zweite Wahl.

Diese und viele weitere Tipps finden Sie übrigens im Buch „Das neue Empfehlungsmarketing“ von Anne M. Schüller. Auf ihr professionelles Know-how, vermittelt durch Bücher und Seminare, setzt auch die AKZEPTA Group – mit Erfolg, wie die Empfehlungsquote von mehr als 96 Prozent zeigt. Anne M. Schüller ist mit zahlreichen anderen Service-Experten auch in der ServiceOase – einer Online-Plattform der ServiceInitiative Leitbetrieb – vertreten: www.service-oase.info



Ihr Empfehlungsmarketing – wirkungsvoll und mit System!

Überlassen Sie die Weiterempfehlung Ihres Unternehmens nicht dem Zufall! Die ServiceMarke Leitbetrieb bietet wertvolle Tools, die Sie sofort verwenden können.

Wer eine Empfehlung für ein Unternehmen abgibt, will dies mit gutem Gewissen tun können: Schließlich setzt er seine eigene Reputation dafür ein. Starke Marken werden daher besonders gerne weiterempfohlen, denn sie stehen für dauerhafte und nachhaltige Spitzenleistungen – so wie die ServiceMarke Leitbetrieb: Sie steht für Top-Servicequalität und glückliche Kunden! Diese guten Gefühle vermittelt sie nicht nur im direkten Kundenkontakt, sondern als wichtiges Signal auch schon im Vorfeld der Geschäftsanbahnung. Darüber hinaus stellt die ServiceMarke Leitbetrieb wirkungsvolle Instrumente für aktive Kundenbefragungen und Empfehlungen zur Verfügung:

Kunden-Feedback leicht gemacht!

Mit einem interaktiv gestalteten Fragebogen unterstützt Sie die ServiceMarke Leitbetrieb dabei, wertvolles Feedback und Kunden-Statements zu erhalten. In diesen Fragebogen können Kunden ihre Antworten direkt eintragen und mit einem Klick senden, ohne zusätzlichen Aufwand. So erfahren Sie aus erster Hand, wie Ihre Kunden Ihr Unternehmen wahrnehmen. Zugleich pflegen Sie nachhaltige Kundenbeziehungen und präsentieren sich als serviceorientiertes Unternehmen – ein wirkungsvolles Alleinstellungsmerkmal.



Partner-Empfehlungen leicht gemacht!

Sie haben bereits Partner, welche Sie und Ihr Unternehmen empfehlen? Dann nützen Sie ab sofort den neuen „Empfehlungsservice“ der ServiceMarke: Dazu wird eine informative PDF-Datei individuell ausgearbeitet, mit Ihrem Logo und Ihren Kontaktdaten. Dieses professionelle „Empfehlungsschreiben“ können Sie Ihren Geschäftspartnern zur Verfügung stellen, zur Weitergabe an deren Kunden.

Davon profitieren beide Partner gleichermaßen:

- Als Empfohlener wird Ihr Unternehmen als besonders service- und kundenfreundlich wahrgenommen und steht im Mittelpunkt des Interesses. Die Wertigkeit als empfohlener Leitbetrieb unterscheidet Sie stark vom Wettbewerb.
- Als Empfehlender können Sie Ihre Empfehlung einfach, schnell, mit den wichtigsten Daten des empfohlenen Unternehmens und in einer wertvollen Darstellung kommunizieren. Ihre Partner werden Ihnen dafür dankbar sein.

AKZEPTA: Wertevoller Hintergrund aus der Praxis!

Die hilfreichen Tools entstanden auf Grundlagen der AKZEPTA Holding, die mit einer Empfehlungsquote von mehr als 96 % seit vielen Jahren ein überdurchschnittliches Wachstum erzielt und gerade deshalb zu den führenden Inkassounternehmen in Europa zählt. Diese Expertise hat AKZEPTA-Inhaber Erich Stadler veranlasst, die Service-Initiative Leitbetrieb zu begründen. Diese ist nicht auf Gewinn ausgerichtet und unterstützt Unternehmen dabei, ebenfalls mit Top-Service zu punkten.

Sie haben Fragen zum interaktiven PDF-Fragebogen oder zum Empfehlungsservice? Wenden Sie sich noch heute an Ihren ServiceBerater von Leitbetrieb Deutschland/Österreich – wir erstellen gern und kostenlos individuelle Exemplare für Sie! www.leitbetrieb.com

EMPFEHLUNGSMARKETING – mit System!



Service-Initiative
Leitbetrieb

**Überlassen Sie die Weiterempfehlung Ihres Unternehmens nicht dem Zufall!
Die starke Marke Leitbetrieb bietet wertvolle Tools zur sofortigen Verwendung.**

Die besten Verkäufer eines Unternehmens sind Kunden und Partner, die es aktiv weiterempfehlen. Die Empfehlungsrate entscheidet letztlich über die Zukunft eines Unternehmens: „Wer heute nicht empfehlenswert ist, ist morgen nicht mehr kaufenswert – und übermorgen tot“, warnt Service-Expertin Anne M. Schüller.

Starke Marken werden gerne empfohlen!

Besonders gerne werden starke Marken weiterempfohlen, denn sie stehen für Spitzenleistungen. Wie die **ServiceMarke Leitbetrieb**: Sie steht für Top-Servicequalität und glückliche Kunden! Diese guten Gefühle vermittelt sie nicht nur im direkten Kundenkontakt, sondern als wichtiges Signal auch schon im Vorfeld der Geschäftsanbahnung. [Beispiel](#)

Die **ServiceMarke Leitbetrieb** forciert auch nachhaltig Kundenbefragungen und Empfehlungen:

Kunden-Feedback leicht gemacht!

Mit einem interaktiv gestalteten Fragebogen unterstützt Sie die ServiceMarke Leitbetrieb dabei, wertvolles Feedback und Kunden-Statements zu erhalten. In diesen Fragebogen können Kunden ihre Antworten direkt eintragen und mit einem Klick senden, ohne zusätzlichen Aufwand. So erfahren Sie aus erster Hand, wie Ihre Kunden Ihr Unternehmen wahrnehmen. Zugleich pflegen Sie nachhaltige Kundenbeziehungen und präsentieren sich als serviceorientiertes Unternehmen – ein wirkungsvolles Alleinstellungsmerkmal. [Beispiel](#)

Partner-Empfehlungen leicht gemacht!

Sie haben bereits Partner, welche Sie und Ihr Unternehmen empfehlen? Dann nützen Sie ab sofort den neuen „Empfehlungsservice“ der ServiceMarke, als PDF-Datei individuell ausgearbeitet mit Ihrem Logo und Ihren Kontaktdaten.

Ihr Vorteil als Empfohlener: Ihr Unternehmen wird als besonders service- und kundenfreundlich wahrgenommen und steht im Mittelpunkt des Interesses. Die Wertigkeit als empfohlener Leitbetrieb unterscheidet Sie stark vom Wettbewerb. [Beispiel](#)

Ihr Vorteil als Empfehlender: Sie können Ihre Empfehlung einfach, schnell, mit den wichtigsten Daten des empfohlenen Unternehmens und in einer wertvollen Darstellung kommunizieren. Ihre Partner werden Ihnen dafür dankbar sein.



Sie haben Fragen zum interaktiven PDF-Fragebogen oder zum Empfehlungsservice? Wenden Sie sich einfach an Ihren ServiceBerater von Leitbetrieb Deutschland/Österreich – wir erstellen gerne und kostenlos ein individuelles Exemplar für Sie! [Mailservice Deutschland](#) [Mailservice Österreich](#)

Der wertvolle Hintergrund aus der Praxis!

Die beiden hilfreichen Tools entstanden auf Grundlagen der AKZEPTA Holding, die mit einer Empfehlungsquote von mehr als **95 %** seit vielen Jahren ein überdurchschnittliches Wachstum erzielt und gerade deshalb zu den führenden Inkassounternehmen in Europa zählt. Diese Expertise hat AKZEPTA-Inhaber Erich Stadler veranlasst, die ServiceInitiative Leitbetrieb zu begründen. Diese ist nicht auf Gewinn ausgerichtet und unterstützt Unternehmen dabei, ebenfalls mit Top-Service zu punkten.



Unsere Buchempfehlung dazu:





Ihre Servicequalität ist exzellent?
Dann sollten Sie das auch zeigen!

**„Unternehmensservice - gilt als die
Quelle für nachhaltiges Wachstum“,
davon sind Führungspersönlichkeiten
aus acht europäischen Ländern überzeugt.**

Nutzen Sie die Kraft der gemeinsamen
ServiceMarke Leitbetrieb!



Leitbetrieb
Deutschland



Leitbetrieb
Österreich

... für eine
blühende
Servicelandschaft