SERVICE-INITIATIVE Leitbetrieb...

... ServiceLetter 28

Mit besten Empfehlungen –

weil Sie selbst am meisten davon profitieren!

www.leitbetrieb.com

Mit besten Empfehlungen – weil Sie selbst am meisten davon profitieren!

- Wie Empfehlungen das Geschäftsleben einfacher, sicherer und erfolgreicher machen
- Warum es sich auf jeden Fall lohnt, selbst aktiv Empfehlungen zu geben
- Weshalb jede Empfehlung ein wichtiger Beitrag zu einer starken Gesamtwirtschaft ist
- PLUS: Warum gerade Leitbetriebe starkes Empfehlungspotenzial besitzen – und wie sie es optimal nutzen

Leading Company of Germany

Leading Company of Austria

Sehr geehrte Unternehmerinnen,
sehr geehrte Unternehmer,

wer ein Unternehmen schätzt und es deshalb weiterempfiehlt, tut vielen etwas Gutes: dem Empfohlenen, der Wirtschaft insgesamt und vor allem sich selbst. Denn jede Empfehlung setzt einen Kreislauf in Gang. Sie eröffnet dem empfohlenen Betrieb gute Chancen, neue Kunden zu gewinnen. Das kann ich aus eigener Erfahrung unterstreichen. Bei AKZEPTA freuen wir uns monatlich über 40 bis 60 neue Empfehlungskunden, und wir wissen, dass jede Empfehlung uns hilft, unsere Dienstleistungen weiter zu optimieren.

Zugleich profitiert aber auch der Empfehler selbst: Denn jene, die dank seiner Empfehlung gute Erfahrungen machen und Verbesserungen feststellen, erleben gute Gefühle. Sie werden dafür dankbar sein, sie werden mit ihm gerne weiterhin bzw. verstärkt zusammenarbeiten, und vor allem: Sie werden ihn selbst weiterempfehlen.

Dadurch entsteht eine positive Dynamik, welche der Wirtschaft und der Gesellschaft insgesamt nützt und sie voranbringt. Gerade Leitbetriebe der ServiceInitiative können auf diese Weise auch ihr Qualitäts- und Wertebewusstsein zeigen und weiter an Wertschätzung gewinnen.

Die ServiceMarke Leitbetrieb rückt daher die positive Kraft von Empfehlungen verstärkt in den Blickpunkt: zum Vorteil jedes Einzelnen, für eine starke Wirtschaft insgesamt. Lesen Sie dazu mehr in unserem neuen ServiceLetter – ich wünsche Ihnen wie immer eine interessante, nutzbringende Lektüre.

Erich Stadler
Gründer und Inhaber der Akzepta Group
Initiator der ServiceInitiative Leitbetrieb

Empfehlungen – zu wertvoll, um Zufall zu bleiben

Empfehlungen sind die allerbeste Werbung, denn sie sind glaubwürdig, sie sind überzeugend, und sie bringen Erfolg. Ihre ganze Macht nutzt jedoch nur, wer sie bewusst, konsequent und richtig einsetzt.

Acht von zehn Menschen vertrauen auf das Urteil von Freunden und Bekannten, wenn sie vor der Entscheidung für ein neues Produkt, eine neue Dienstleistung stehen. Das hat eine internationale Studie ergeben, für die 30.000 Menschen in 60 Ländern befragt wurden (Nielsen Global Trust in Advertising Survey, 2015). **Empfehlungen sind demnach die mit Abstand glaubwürdigste Werbung,** und jeder Unternehmer freut sich über Kunden, die durch eine Empfehlung zu Käufern wurden. Nützen auch Sie deshalb diese überzeugendste und noch dazu kostengünstigste Form des Marketings!

Der durchschlagende Erfolg von Empfehlungen hat mehrere Ursachen. Empfehlungen sind verlässliche Informationen, gerade in turbulenten Zeiten und in unübersichtlichen Märkten. Sie verringern das Risiko einer Fehleinschätzung. Sie bieten Orientierung und geben Sicherheit. Sie erleichtern die Entscheidung und helfen dadurch, wertvolle Zeit zu sparen.

Kennen Sie Ihre Empfehlungsrate?
„Aktive Empfehlungen sind der Treiber einer positiven Unternehmensentwicklung“, betont Service-Expertin Anne M. Schüller. Sie hält die Empfehlungsrate – also den Anteil an Neukunden, die durch eine Empfehlung gewonnen werden – sogar für eine der wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen. „Wer heute nicht empfehlenswert ist, ist morgen nicht mehr kaufenswert – und übermorgen tot“, warnt Schüller.

Dabei ist das Weitergeben guter persönlicher Erfahrungen keineswegs ein neues Marketinginstrument, sondern „die Renaissance einer alten Kaufmannstugend“, so die Expertin. Vor allem aber ist jede Empfehlung der eindeutige Beweis für eine exzellente Beziehung des Kunden zum Unternehmen, das er empfiehlt.

Diese Beziehung entsteht jedoch nur dort, wo die Erwartungen nicht bloß erfüllt, sondern übertroffen werden. Mittelmaß ist zu wenig, denn: Aktiv empfohlen wird nur, wer tatsächlich empfehlenswert ist. Jede Empfehlung ist Ausdruck einer Spitzenleistung.

Empfohlen wird nur, wer empfehlenswert ist

Gerade Service-Leitbetriebe, die sich Kundenbegeisterung auf ihre Fahnen geschrieben haben, sind deshalb wie geschaffen für Empfehlungen. Doch auch für sie gilt: Empfehlungen dürfen weder Zufall noch Glücksfall sein. Es kommt darauf an, diese mächtige Form der Kundenkommunikation bewusst und mit System zu verwenden.

Dazu gehört das gezielten Einholen und Einsetzen von Kunden-Testimonials. Machen Sie es Ihren Kunden leicht, Sie weiterzuempfehlen, und machen Sie sie darauf aufmerksam, denn trotz aller Begeisterung werden Ihre Kunden nicht immer selbst daran denken. Und vor allem: Empfehlen Sie als Unternehmer selbst andere Unternehmen, von denen Sie überzeugt sind, aktiv weiter. Sie werden überrascht sein, welche positive Dynamik Sie mit Ihrer Empfehlung in Gang setzen!

Nutzen Sie die Macht der Empfehlung für Ihren Erfolg – gerade als Leitbetrieb der ServiceMarke!

Vertrauen und Sicherheit – heute wichtiger denn je

Jede Empfehlung ist ein Vertrauensbeweis, für den der Empfänger dankbar ist. Umso mehr kommt es darauf an, nicht leichtfertig damit umzugehen.

Empfehlungsnehmer – also die Empfänger einer Empfehlung – haben es gut. Sie profitieren von Erfahrungen, die andere bereits vor ihnen gemacht haben. Das macht Empfehlungen so wertvoll, besonders dort, wo es um anspruchsvolle, komplexe Produkte und Dienstleistungen geht, von denen man sich nicht so einfach „auf die Schnelle" ein Bild machen kann. Noch dazu, wenn das Angebot riesig und unübersichtlich ist – und das ist es eigentlich immer, seit das Internet als globaler Handelsplatz rund um die Uhr mit einem Mausklick verfügbar ist.

Auf der Suche nach Seriosität und Sicherheit wirkt eine Empfehlung wie ein Scheinwerferkegel in finsterer Nacht. Sie schafft Klarheit, gibt Orientierung und erleichtert die Entscheidung. Vor allem schätzen Empfehlungsnehmer auch die Glaubwürdigkeit und Verlässlichkeit einer Empfehlung: Schließlich steht der Empfehlende mit seinem guten Namen dafür ein.

Starke Marken unterstreichen Glaubwürdigkeit

Starke Marken unterstützen dieses Vertrauen, denn sie sind sichtbarer Ausdruck für nachhaltig erbrachte Top-Leistungen. So wie die ServiceMarke Leitbetrieb: Sie kennzeichnet ausschließlich Unternehmen, deren Anspruch es ist, mit herausragender Servicequalität Kunden zu begeistern. Das ServiceSiegel Leitbetrieb macht dies auf einen Blick deutlich und ist daher für Empfehlungsnehmer eine deutliche Botschaft, welche die Glaubwürdigkeit einer Empfehlung wirkungsvoll unterstreicht.

Die ServiceMarke Leitbetrieb gibt aber auch dem Empfehlenden selbst Sicherheit: Er kann sich drauf verlassen, dass er in einem Service-Leitbetrieb der Empfehlungsnehmer aufmerksam und kundenfreundlich behandelt wird, denn diese stehen dafür ein. Das ist auch für den Empfehler wichtig: Schließlich hat er mit seinem Tipp beim Empfehlungsnehmer hohe Erwartungen geweckt, und es fiele auf ihn selbst zurück, würde das empfohlene Unternehmen diese Erwartungen nicht erfüllen.

Die positive Dynamik von guten Gefühlen

Unternehmen sind freilich auch noch aus einem anderen Grund gut beraten, Empfehlungskunden nicht zu enttäuschen. Denn die Erfahrung zeigt, dass gerade Empfehlungsnehmer oft selbst zu besonders aktiven Empfehlern werden – mit entsprechend hohem Überzeugungspotenzial.

Dieser Schneeballeffekt ist auch einer der Gründe dafür, warum jede aktive Empfehlung letztlich mehr bewirkt als zusätzlichen Gewinn für einzelne Unternehmen: Sie entwickelt eine eigene Dynamik, stärkt das Gefühl des „Miteinander" und trägt damit ganz wesentlich zur positiven Entwicklung der Wirtschaft insgesamt bei.

Service-Leitbetriebe sind es wert, empfohlen zu werden – mit Sicherheit!

Werden Sie Empfehler – es zahlt sich aus!

Wer empfiehlt, erweist sich nicht nur als hilfreich für andere, sondern gewinnt auch selbst: Wertschätzung, Ansehen und Erfolg.

Wer im Geschäftsleben von Empfehlungen profitiert, scheint auf den ersten Blick klar zu sein: Zum einen der Empfohlene durch neue Kunden, zum anderen der Empfehlungsnehmer durch eine leichtere, schnellere und sichere Entscheidung. Wer genauer hinsieht, stellt aber rasch fest: Auch der Empfehlende selbst profitiert.

Eine wertehaltige Empfehlung weist den Empfehler als verlässlich und kompetent aus. Dadurch festigt sie seine Bedeutung und Wertschätzung bei jenen, welche den Tipp erhalten. Der Empfehler verhilft Geschäftspartnern zu positiven Erfahrungen, ermöglicht ihnen Verbesserungen und lässt sie gute Gefühle erleben. Dafür werden sie dankbar sein und sich revanchieren: Sie werden mit dem Empfehler weiterhin bzw. noch intensiver zusammenarbeiten, und vor allem: Sie werden ihn selbst weiterempfehlen.

Empfehler zeigen Verantwortung

Das gilt natürlich nur dann, wenn das empfohlene Unternehmen auch wirklich empfehlungswürdig ist. Umso wichtiger ist, dass man nur weiterempfiehlt, was man persönlich kennt und schätzt. Denn so groß die Dankbarkeit des Empfehlungsnehmers für einen guten Ratschlag ist, so abgrundtief kann die Enttäuschung ausfallen, wenn sich die Empfehlung als unbegründet herausstellt. Dieser Verantwortung müssen sich Empfehler stets bewusst sein – in ihrem eigenen Interesse.

Gerade Leitbetriebe der ServiceInitiative können mit einer Empfehlung auch ihr eigenes, hohes Qualitäts- und Wertebewusstsein zeigen. Darüber hinaus erweisen sich Empfehler als verantwortungsbewusst, aufmerksam und hilfsbereit – wichtige Eigenschaften im Sinne einer zeitgemäßen Corporate Social Responsibility und der unternehmerischen Verantwortung gegenüber der Allgemeinheit.

Der Empfehler genießt auch einen Vertrauensbonus. Potenzielle Kunden gehen schließlich – bewusst oder unbewusst – nicht ganz zu Unrecht davon aus, dass der Anbieter einer Ware oder Dienstleistung diese in den höchsten Tönen loben wird: Er will sie ja verkaufen. Eine glaubwürdige Empfehlung von dritter Seite schaltet diese Vorbehalte von vornherein aus.

Wer gibt, gewinnt!
Wer gibt, gewinnt: Dieser vom Netzwerken bekannte Leitsatz gilt ganz besonders auch für Empfehlungen. Als aktiver Empfehler gewinnen Sie Ansehen und Wertschätzung, Vertrauen und Sympathie – und vor allem neue Kunden. Denn wer empfiehlt, bewegt andere dazu, ihn ebenfalls weiterzuempfehlen. Lassen Sie sich die Chancen nicht entgehen, die dieser positive Kreislauf bietet!

Werden Sie ein aktiver Empfehler, damit alle profitieren:
Ihre Geschäftspartner, die Wirtschaft insgesamt – und Sie selbst als starker Leitbetrieb der ServiceInitiative!

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

Empfehlungsmarketing mit System!

So machen Sie sich zum Qualitätsführer

Anne M. Schüller

Nicht Preisführer, sondern Qualitätsführer und Spitzenleister werden am meisten weiterempfohlen. Beträchtliches Empfehlungspotenzial hat darüber hinaus, wer in Ratings und Rankings ganz oben steht. Begehrte Auszeichnungen, positive Studienergebnisse, Siegertrophäen, Gütesiegel, Awards und Ehrungen durch anerkannte neutrale (!) Dritte untermauern den Status als Spitzenleister.

Suchen Sie also in Ihrer Branche aktiv nach solchen Möglichkeiten. Machen Sie sich schön und bewerben Sie sich.

Wenn Sie eine tatsächlich verdiente Auszeichnung in Händen halten, schmücken Sie sich und Ihre Angebote damit. Erzählen Sie es im Markt kräftig weiter. Und hängen Sie Ihre Urkunden auf. Das kann die Empfehlungsbereitschaft Dritter erheblich befruchten.

Das Buch zum Thema:
Anne M. Schüller - **Das neue Empfehlungsmarketing**
Durch Mundpropaganda & Weiterempfehlungen
neue Kundengewinnen

BusinessVillage 2015, 300 Seiten, 29,80 Euro
ISBN: 978-3-86980-312-9

Mehr Info's zum Thema finden Sie HIER!

Die Autorin:
Anne M. Schüller ist Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als Europas führende Expertin für Empfehlungsmarketing und Touchpoint Management. Sie zählt zu den gefragtesten Referenten im deutschsprachigen Raum. Wenn es um das Thema Kunde geht, gehört sie zu den meistzitierten Experten. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft.

Weitere Informationen: ***www.anneschueller.de***

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!

Leading Company of Germany

Leading Company of Austria

Leitbetrieb Deutschland

Leitbetrieb Österreich

... für eine
blühende
Servicelandschaft

www.leitbetrieb.com

www.exclusive-design.at / Bilder: shutterstock, Anne M. Schüller