

# Empfehlungsmarketing mit System!

**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 ServiceExpertin 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.

## 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. Sie pflegen 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, 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.

**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.

## 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.



## GOLD

**Steigendes Verlangen nach Gold**

Im vergangenen Jahr kaufte China 32 Prozent mehr und Indien 13 Prozent mehr Gold als im Jahr davor. Der ungebremste Goldhunger und die politische und finanzpolitische Lage weltweit sollten für einen guten Umsatz bei den Goldunternehmen wie etwa Timmins Gold sorgen. 2015 war Chinas Nachfrage nach dem Edelmetall erstmals größer als die Indiens. Der Goldpreis hält sich außerdem derzeit recht stabil. Dass wir in unsicheren Zeiten leben, konnte man jetzt wieder an den schrecklichen Terrorakten in Belgien sehen. Gold dürfte als sicherer Hafen an Bedeutung gewinnen. Denn besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten und bei den weltweit geopolitischen Krisenherden wird Geld gerne in Gold umgeschichtet. ■

## WACHSTUM

**Erfolgreiches Jahr für Heinzl Group**

Auch im Jahr 2015 konnte die Heinzl Group erneut Wachstum verzeichnen: Der Umsatz legte um 5,3 % auf 1.480,4 Mio. Euro zu. Diese rein organische Steigerung ist umso beachtlicher, als die Werke in Pöls und Laakirchen aufgrund von Schadensfällen geringere Produktionsmengen aufwiesen. Während der Umsatz im Geschäftsbereich Industrie

dadurch mit 485,8 Mio. Euro um 6,6 % unter dem Vorjahresniveau blieb, legte der Handel um 11,4 % auf 1.109,2 Mio. Euro zu. Basis für die Umsatzsteigerung im Handelsbereich ist neben der geografischen

Geschäftsausweitung auch der Ausbau der Produktpalette. Das operative Ergebnis (EBIT) überstieg mit 94,2 Mio. Euro den Vorjahreswert um 39,8 %. ■



## Serviceexpertin Anne M. Schüller gibt Tipps für Mundpropaganda-Monitoring. Das Überwachen der Kundenstimmen.



**Was gut ist**, was man unbedingt haben sollte und wovon man besser die Finger lässt: Seitdem Menschen Handel treiben, gibt es Gerede darüber. Ein guter oder ein schlechter Ruf eilt einem Anbieter voraus. Neu daran ist die Dimension, die Mundpropaganda heute im Web erhält. Und jeder Anbieter sollte wissen, was man dort über ihn sagt. Denn das kann Leben oder Tod bedeuten. Das Überwachen der Kundenstimmen im Web ist die beste Echtzeit-Marktforschung aller Zeiten. Endlich können wir den Usern zuhören, wenn sie sich über uns unterhalten. Und wir können mitlesen, was sie so über uns schreiben. Mehr noch: Wir können sofort darauf reagieren. So gibt es die Geschichte des unzufriedenen Twitterers, der schrieb: „Der Empfang hat mir das mieseste Zimmer im ganzen Hotel gegeben.“ Der Concierge las das, meldete sich unverzüglich bei dem Gast und quartierte ihn sofort in ein besseres Zimmer ein. Ein Online-Lob war ihm sicher.

**Tägliches Online-Monitoring ist Pflicht**

Selbst für die, die aus welchen Gründen auch immer kein aktives Social-Media-Marketing betreiben: Online-Monitoring ist Pflicht! Werden Sie selbst aktiv, oder beauftragen Sie einen Mitarbeiter mit der Aufgabe, permanent das Web zu beobachten. Und machen Sie es sich zum täglichen Ritual, die wesentlichen Ergebnisse daraus genauso sorgfältig zu studieren wie Ihre Geschäftspost und die Umsatzzahlen. Legen Sie dazu zunächst eine Beobachtungsliste an. Hierfür schreiben Sie die Begriffe auf, die Sie im Cyberspace aufspüren wollen. Dazu gehören Ihr Firmenname, Ihre Produktnamen, Ihre Marken, die Namen der Unternehmensleitung oder Ihr eigener Name sowie wichtige Fachbegriffe, die Sie verfolgen wollen. Das gleiche können Sie bei Bedarf auch für Ihre Mitbewerber oder die gesamte Branche tun. Über Google Alerts, Talkwalker Alerts, TweetBeep und viele andere Applikationen werden einem Online-Erwähnungen im Kontext der gewählten Suchbe-

## NEW BUSINESS

griffe auf Wunsch täglich zugespielt. Besser noch, man automatisiert das Zuhören. Dazu gibt es eine Reihe von Gratis-Tools wie Hootsuite, Socialmention oder Addictomatic. So haben Sie mit dem geringstmöglichen Zeitaufwand eine größtmögliche Anzahl von Webseiten im Blick. Und es entgeht Ihnen kaum mehr eine Erwähnung.

### Was Sie ganz genau wissen sollten

Analysieren Sie alle gefundenen Angaben auf ihren Inhalt hin und vergleichen Sie das mit Ihren Zielen. Überlegen Sie, was Sie daraus lernen können. Und erkunden Sie, wie die Hinweise der Nutzer Ihre Arbeit an den einzelnen Touchpoints, den Interaktionspunkten zwischen Anbieter und Kunden, schnell weiterbringen. Erstellen Sie auf dieser Basis ein übersichtliches Reporting mit den wichtigsten Ergebnissen im Überblick.

Mehr noch: Entwerfen Sie einen minutiösen Krisenplan für den Fall, dass Kritik tatsächlich eskaliert, zu einem epidemischen Shitstorm führt oder investigatives Medieninteresse auf sich zieht. Und: Reagieren Sie zeitnah auf Lob und Kritik. Bedanken Sie sich und informieren Sie über Ihre weiteren Schritte. Übrigens, das ergab eine Facebook-Studie, erwarten Frauen eine aufrichtige Entschuldigung nach einem Malheur.

Männer hingegen verlangen eine rationale Stellungnahme. Profis verwenden für das Web-Monitoring spezielle Social-Media-Analyse-Programme, die das Internet mit Crawlern durchsuchen und relevante Informationen herausfiltern. Ein so genanntes Dashboard verdichtet dann die Fülle an Daten und stellt sie in Form von Diagrammen, Grafiken und Übersichten zur Verfügung. Dabei wird die Zahl der Beiträge und Erwähnungen (Mentions) ermittelt sowie der Weiterleitungsfaktor bestimmt. Ferner wird eine Stimmungsklassifizierung (positiv, negativ, neutral) betrieben. Dabei können auch die Quellen der Online-Äußerungen identifiziert und angesteuert werden. Zudem wird dokumentiert, ob diese Quellen eine Vorreiter-beziehungsweise Multiplikatoren-Rolle haben, also im positiven Fall nützlich oder im negativen Fall gefährlich sein können.

Bei der qualitativen Interpretation wird ermittelt, in welchen Lifestyle-Kontexten die beobachteten Angebote genannt werden und welche Vorteile die agierenden Personen darin sehen. Ferner werden aus sich abzeichnenden Trends Prognosen erstellt. Aus all dem lassen sich dann Optimierungsmaßnahmen ableiten und auch für das Empfehlungsmarketing höchst wertvolle Erkenntnisse gewinnen. ■

[www.anneschueler.de](http://www.anneschueler.de)



### DIERADSTATION

#### Rundum-Service für Radfahrer

Die neue Radstation am Wiener Hauptbahnhof bietet für alle Radfahrenden, Pendler und Touristen ein Rundum-Service mit gesicherten Fahrradabstellplätzen, einem Bikeverleih, einer Fahrradwerkstatt für Reparaturen aller Art und einen Shop für Fahrräder und Fahrradzubehör. Die Arbeit im sozialökonomischen Betrieb „dieRadstation“, die von Trendwerk betrieben wird, sowie die dabei erfolgende Qualifizierung zum Fahrradmechaniker bzw. zur Fahrradmechanikerin bringt Arbeitsuchende eine gezielte Qualifizierung in einem aufstrebenden Berufsfeld. Die Radstation besteht aus drei Teilen: einer großen Station am Bahnhofsvorplatz im 10. Bezirk und zwei dazugehörigen kleineren Radgaragen im östlichen Teil des Hauptbahnhofes. ■

### KAPSCH TRAFFICCOM AG

#### Übernahme von Schneider Electric

Die Kapsch TrafficCom AG vermeldete Anfang April den Abschluss der Übernahme des Transportation-Geschäftes von Schneider Electric. Das vormals unter dem Namen Telvent Tráfico y Transporte tätige Unternehmen ist ein führender Anbieter von Echtzeit-IT-Lösungen und intelligenten Verkehrssystemen. Mit der Übernahme erweitert das Unternehmen sein Portfolio und stärkt seine Marktposition im Bereich von Intelligent Transportation Systems, vor allem in Wachstumsmärkten wie Spanien, Lateinamerika, Nordamerika und dem Nahen Osten. Der Kaufpreis liegt bei 26 Mio. Euro, frei von Verbindlichkeiten, wobei das Geschäft mit etwas mehr als 3 Mio. Euro an Barmitteln übergeben wird. ■



### CONWERT

#### Bestes operatives Ergebnis der Unternehmensgeschichte

Die conwert Immobilien Invest SE konnte im Geschäftsjahr 2015 das beste operative Jahresergebnis seit Unternehmensgründung erzielen. Sowohl die gute Performance des Vermietungsgeschäfts als auch die starke Verbesserung beim Finanzergebnis haben neben Wertsteigerungen des Immobilienportfolios wesentlich zum hervorragenden Jahresabschluss beigetragen. Die Umsatzerlöse erhöhten sich im Jahresvergleich um rund 33 % auf 506,4 Mio. Euro. Die Umsatzentwicklung spiegelt die Ausrichtung von conwert auf Wohnimmobilien in A- und B-Lagen in Metropolregionen in Deutschland und Österreich und die damit einhergehende Beschleunigung der Veräußerung von nicht zum Kernbestand zählenden Immobilien wider. ■

