



## Machen Sie sich richtig interessant, schließlich sind Sie es!

**Empfehlungsmarketing ist eine der wirkungsvollsten und kostengünstigsten Marketingmaßnahmen. Doch viele Unternehmer halten die Weiterempfehlung noch immer für einen Glücksfall und verschenken Potenziale!**

Die meisten Unternehmer sind fleißig, bilden sich regelmäßig fort und sind ehrbare Handwerker. Doch am Ende wundern sie sich oft, warum der Spaß am Job allmählich schwindet, weil neue Mitarbeiter oder Kunden ausbleiben. Vielen Menschen ist es unangenehm, über Erfolge zu sprechen, oder gar Kunden nach der Zufriedenheit oder einer Weiterempfehlung zu fragen.

### Viele Menschen sind in Bezug auf sich selbst betriebsblind

Ein häufiger Fehler ist, dass wir denken, wenn wir gute Arbeit gemacht haben, wird dies schon gesehen werden oder wenn ein Kunde mit uns zufrieden ist, dann wird er dies schon von selbst wei-

tersagen. Das ist ein Irrtum! Genau hier steckt viel Potenzial! Überlassen Sie Ihre Mundpropaganda und Weiterempfehlung nicht dem Zufall, sondern entwickeln Sie diese strategisch. Von zufriedenen Kunden empfohlen zu werden, ist die effektivste und kostengünstigste Werbung.

### Vier Schritte des erfolgreichen Empfehlungsmarketing:

1. Ist-Stand Analyse
2. Definieren von Zielen (Neukunden, bestimmte Zielgruppe/Region, Mitarbeiter oder Azubigewinnung)
3. Festlegung von der Empfehlungsmarketingstrategie/Maßnahmen
4. Erfolgskontrolle

Leider reicht allein unsere gute Leistung nicht aus, wir brauchen ein Selbst-Marketing. Um als Unternehmen in der neuen Zeit langfristig erfolgreich zu sein, ist es notwendig, alte Zöpfe abzuschneiden und neue Wege zu gehen. Unser Kunde hat 25-jähriges Jubiläum und will nicht nur eine platte Anzeige in der Zeitung, sondern eine Aktion, mit der er auch neue junge Kunden als Patienten gewinnt. So arbeiten wir gemeinsam eine CSR (Corporate Social Responsibility) Aktion aus, bei dem die Kunden mitbestimmen, welches soziale Projekt aus dem Unternehmensumsatz unterstützt wird. Zudem wurden die Kunden bei ihrer Zahnreinigung mit einer Hand-Balance-Behandlung überrascht. Die Kunden haben von der Aktion ihren Familien und Bekannten erzählt und auch die Presse berichtete darüber.

78 Prozent der Konsumenten vertrauen bei ihren Kaufentscheidungen auf Empfehlungen von anderen Konsumenten (Otto Group Trendstudie: Die Zukunft des ethischen Konsums). Das heißt in anderen Worten, dass die klassische Werbung wie Flyer und Anzeigen an Glaubwürdigkeit massiv verloren hat. Wir brauchen also wirklich clevere

Strategien, um intelligentes Selbst-Marketing zu betreiben. Ich nenne sie die Königinnenstrategie.

### Fünf goldene Regeln für Ihr Empfehlungsmarketing

1. Innere Klarheit: Damit andere positiv über uns sprechen, ist es notwendig, als ersten Schritt unser Inneres zu klären. Denn nur das, was wir ausstrahlen, wird von anderen wahrgenommen.
2. Beziehen Sie Mitarbeiter und Kunden mit ein: Nutzen Sie Ihre Mitarbeiter als Markenbotschafter.
3. Bieten Sie mehr Nutzen, als Ihr Gegenüber erwartet. So sorgen Sie dafür, dass Sie positiv in Erinnerung bleiben.
4. Bedanken Sie sich: Danke für Ihren Auftrag; schön, dass Sie unsere Gäste sind; danke, Herr Maier, für Ihren Einsatz in der Urlaubszeit ...
5. Nutzen Sie meisterhaft die Bühnen, die Ihnen geboten werden. Gehen Sie zu Einladungen, Verbands- und Vereinsveranstaltungen, lassen Sie sich auf Festen bei Ihnen im Ort sehen und pflegen Sie Ihre Kontakte. Haben Sie immer genug Visitenkarten dabei.
6. Nutzen Sie Netzwerke und Kooperationen.

Ausführliche Regeln unter:

[www.der-handwerker-magazin.de/Goldene\\_Regeln](http://www.der-handwerker-magazin.de/Goldene_Regeln)

Es gibt viele Möglichkeiten, Menschen einzubinden, Mundpropaganda auszulösen und langfristig zu motivieren. Wenn Sie ihnen als Mensch echte Wertschätzung, Respekt und Achtung entgegenbringen, dann haben Sie bereits einen entscheidenden Schritt in Richtung Empfehlungsmarketing getan.

**KMU-kreative Marketingunterstützung, Katja Hofmann**  
[www.kmu-hofmann.de](http://www.kmu-hofmann.de)