

+++++

SCORE-LETTER Nr. 16 (Ausgabe Juni 03)

Newsletter zum Thema Klassisches- und Online-Marketing
– erscheint seit August 2001

+++++

Herausgeber: Score Marketing Stäfa

+++++

Liebe Marketinginteressierte

Dies ist eine weitere Ausgabe des SCORE-LETTERS, der regelmässig erscheint und Sie über Neuigkeiten, Entwicklungen und Trends von der Marketingfront informiert. Drucken Sie ihn aus und lesen Sie ihn in Ruhe im Büro, auf dem Arbeitsweg oder zu Hause.

I n h a l t

+++++

Schwerpunkt-Thema: > EMPFEHLUNGSMARKETING – Neukunden zum Nulltarif <

1. EINFÜHRUNG
2. UNTERSCHIED MARKETING UND EMPFEHLUNGSMARKETING
3. NEGATIVES EMPFEHLUNGSMARKETING
4. FORMEN DES EMPFEHLUNGSMARKETING
5. BUCHEMPFEHLUNG ZUM THEMA
6. SEMINAR-PROGRAMM
7. AUSBLICK AUF DEN SCORE-LETTER 17

+++++

1. EINFÜHRUNG INS EMPFEHLUNGSMARKETING

Dass Mund-zu-Mund-Werbung die beste und günstigste Werbung ist, dürfte bekannt sein. Empfehlungsmarketing ist so alt wie die Menschheit. Zu allen Zeiten haben sich Menschen gegenseitig Empfehlungen abgegeben. Allerdings ist das Angebot heute um ein vielfaches grösser und wir haben die absolute Freiheit das zu kaufen, was uns zusagt. In fast allen Bereichen haben wir eine unüberschaubare Vielfalt unterschiedlicher Angebote. Dies alles ist mit der Angst verbunden, eine falsche Entscheidung zu treffen.

Es ist schier unmöglich, auf Anhieb selbst das passende Angebot zu erkennen. Deshalb verlässt man sich lieber auf die Empfehlung von Bekannten und Freunden. Wie aber initiiert man erfolgreiches Empfehlungsmarketing – wie bringt man die Kunden dazu, positiv über ein Angebot in ihrem Bekanntenkreis zu sprechen?

+++++

2. UNTERSCHIED MARKETING UND EMPFEHLUNGSMARKETING

Klassisches Marketing zielt auf eine direkte Information / Beeinflussung des Kunden ab. Unternehmen schalten zum Beispiel Werbung. Der Empfänger der Werbebotschaft spricht darauf an und kauft das Produkt – ein neuer Kunde ist gewonnen. So funktioniert es:

1. Unternehmen
2. Beeinflussung (Marketing)
3. Ein (Neu-) Kunde

Empfehlungsmarketing dagegen, geht nicht den direkten Weg, sondern nutzt eine dritte Person, den Empfehlungsgeber - er transportiert die Botschaft. So funktioniert es:

1. Unternehmen
2. Empfehlungsgeber
3. Beeinflussung (Empfehlungsmarketing)
4. Viele (Neu-) Kunden

Der Vorteil des Empfehlungsmarketing liegt darin, dass mit einem positiv gestimmten Empfehlenden mehrere Neukunden erreicht werden können.

+++++

3. NEGATIVES EMPFEHLUNGSMARKETING

Positive Mundpropaganda kann Unternehmen zu grossen Gewinnen verhelfen – negative kann Unternehmen zerstören oder schädigen!

Wenn Kunden schlecht über Firmen reden, kann das einem Unternehmen schaden und kann es sogar in den Ruin treiben. Nehmen wir als aktuelles Beispiel die Airline Swiss. Während die gute alte Swissair jahrzehntelang, egal was gemacht wurde, im wahrsten Sinne des Wortes in den Himmel hoch gejubelt wurde, geschieht der mit unseren Steuergeldern finanzierten Swiss, gerade das Gegenteil. Sie macht in den Medien praktisch ausschliesslich mit Negativ-Meldungen auf sich aufmerksam. Machen Sie die Probe selbst: Kennen Sie in Ihrem Umfeld noch jemanden, der ausschliesslich Swiss fliegt und mit deren Preis- Leistungsverhältnis vorbehaltlos zufrieden ist? Oder kennen Sie vielleicht jemanden, der mit Stolz und Überzeugung für die Airline arbeitet? Leider kaum, denn weder die Medien, noch die Kunden oder die Mitarbeitenden sind vom Angebot überzeugt und dienen deshalb nicht mehr als positive und überzeugte Botschafter oder Empfehlende.

Einmal mehr zeigt sich, dass die altbekannte Weisheit aus dem Verkauf immer noch stimmt:

- > Jeder zufriedene Kunde bringt 3 weitere Kunden!
- > Ein unzufriedener Kunde erzählt sein Negativerlebnis bis 10x weiter!

+++++

4. FORMEN DES EMPFEHLUNGSMARKETING

Beim Empfehlungsmarketing kann zwischen zwei verschiedenen Formen unterschieden werden: Aktives und Passives Empfehlungsmarketing.

Aktives Empfehlungsmarketing: Das aktive Empfehlungsmarketing zielt darauf ab, während des Verkaufsgesprächs auf Weiterempfehlungen durch den Kunden aktiv Einfluss zu nehmen.

Das kann zum Beispiel bedeuten, dass dem Interessenten im Verkaufsgespräch klar gemacht wird, dass man sich über Weiterempfehlungen freut oder das man diese sogar belohnt.

Passives Empfehlungsmarketing basiert auf überraschenden und positiven Erlebnissen und übertraffenen Erwartungen der Kunden. Sie werden davon unaufgefordert in ihrem Bekanntenkreis berichten und so kostenlos effiziente Werbung machen.

+++++

5. BUCHEMPFEHLUNG ZUM THEMA

Empfehlen möchten wir an dieser Stelle vorerst dieses Buch: Der Autor Peter Kenzelmann hat unter dem Titel „Neukundengewinnung durch Empfehlungsmarketing – Ein Praxisbuch für Verkauf und Marketing“ ein Handbuch für die Praxis verfasst.

Es kann unter der ISBN-Nr. 3-8311-0765-3 direkt auf unserer WebSite bestellt oder in jeder Buchhandlung gekauft werden.

Hier finden Sie weitere Buchempfehlungen zum Thema Empfehlungsmarketing:

<http://www.scoremarketing.ch/special/sl16.htm>

+++++

6. SEMINAR-PROGRAMM

Im September, Oktober und November eröffnet die Alpha-Akademie in Zürich eine Reihe von attraktiven Tages-Seminaren für KMU mit Christoph Portmann von Score Marketing als Referenten:

- > 16.09.2003 – Werbung mit Budgets von 5' bis 25'000 Franken!
- > 02.10.2003 – Positionierung - So werden Sie einzigartig - Empfehlungsmarketing!
- > 21.10.2003 – Berater-Marketing - der Weg zur Bekanntheit
- > 18.11.2003 – Werbebriefe, die nicht im Papierkorb landen!

Die Alpha-Seminare finden in einer fröhlichen, aufgestellten Atmosphäre und dem Motto „Wissen erleben“ statt. Sie sind besonders erlebnisreich, tiefgründig und darum nachhaltig. Denn Sie sollen ja auf Dauer vom neuen Wissen profitieren können!

Für Informationen oder Anmeldungen wenden Sie sich an: http://www.alpha-akademie.ch/3_workshops/workshops.html

+++++

7. AUSBLICK AUF DEN SCORE-LETTER 17

Mitte Juli erscheint der SCORE-LETTER in Kurzform, dafür mit dem beliebten Ferienwettbewerb!

Der nächste reguläre SCORE-LETTER erscheint dann Ende August zum Thema: „Aktives Empfehlungsmarketing – wie es erfolgreich initiiert wird!“

+++++

Wenn Sie zukünftig auf den Score-Letter verzichten möchten, klicken Sie auf diesen Link:
<http://www.webspiration.de/dienste/mliste/index.php3?&id=cportmann&aktion=out&rc=55966>

Wenn Sie uns den Grund dazu per Mail mitteilen oder uns an Ihre Freunde / Bekannte oder Geschäftspartner weiterempfehlen, sind wir Ihnen sehr dankbar!

Für Fragen und Anregungen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Mail oder Anruf genügt.

Christoph Portmann
Marianne Portmann-Jensen

SCORE Marketing
Analysieren.Planen.Umsetzen.

Dorfstrasse 2
CH - 8712 Stäfa

Telefon +41 1 928 32 00
Fax +41 1 928 32 01

E-Mail <mailto:info@ScoreMarketing.ch>
Internet <http://www.ScoreMarketing.ch>
