

+++++

SCORE-LETTER Nr. 17 (Ausgabe August 03)

Newsletter zum Thema Klassisches- und Online-Marketing

– erscheint seit August 2001 und erreicht zur Zeit 1'046 marketinginteressierte Leser

+++++

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.

Inhalt

+++++

Schwerpunkt-Thema: > PASSIVES EMPFEHLUNGSMARKETING – Der Schlüssel zum Erfolg <

1. EINFÜHRUNG INS „PASSIVE EMPFEHLUNGSMARKETING“
2. NUR ÜBERRAGENDE LEISTUNGEN WERDEN WEITER EMPFOHLEN
3. DIE MECHANISMEN MÜSSEN BEKANNT SEIN
4. PFLEGEN SIE BEZIEHUNGEN SYSTEMATISCH UND AKTIV
5. BUCHEMPFEHLUNG ZUM THEMA
6. SEMINAR-PROGRAMM
7. AUSBLICK AUF DEN SCORE-LETTER NR. 18
8. SCORE-LETTER DER VERGANGENHEIT

+++++

1. EINFÜHRUNG INS „PASSIVE EMPFEHLUNGSMARKETING“

Passives Empfehlungsmarketing basiert auf überraschenden und positiven Erlebnissen und übertroffenen Erwartungen der Kunden. Damit diese Form des Empfehlungsmarketings erfolgreich betrieben werden kann, müssen drei Voraussetzungen erfüllt sein:

1. Leistungen müssen überragend, also empfehlenswert sein
2. Die Mechanismen, die hinter einer Empfehlung stehen, müssen bekannt sein
3. Beziehungen müssen systematisch und aktiv gepflegt werden

+++++

2. NUR ÜBERRAGENDE LEISTUNGEN WERDEN WEITER EMPFOHLEN

Grundregel: Konzentrieren und spezialisieren Sie sich auf bestimmte Zielgruppen, deren Bedürfnisse, Wünsche und Erwartungen!

Um wirklich überragende Leistungen zu erbringen, die weiterempfohlen werden, muss sich ein Unternehmen zuerst über seine Stärken- und Schwächen im klaren sein. Allerdings interessieren diesmal weniger die Schwächen, sondern die Stärken! Stärken zeichnen sich dadurch aus, dass man als Person oder Unternehmen bestimmte Dinge, die sich in positivem Sinne von denen anderer unterscheiden, besonders gut und gerne tut. Es gilt jetzt, sich auf einige wenige Stärken zu konzentrieren und die Leistung so zu gestalten, dass sie einzigartig wird.

Konzentration und Spezialisierung heisst auch, sich auf eine klar definierte Zielgruppe zu beschränken. Zielgruppen sind Menschen mit gleichen Wünschen, Problemen und Bedürfnissen. Das wichtigste Wort bei der Zielgruppendefinition heisst „homogen“ oder „gleich“. Je homogener die Bedürfnisse und Erwartungen sind, desto einfacher wird es, eine überzeugende und empfehlenswerte Leistung anzubieten. Ausserdem kann davon ausgegangen werden, dass deren Netzwerk von Kontakten ähnliche Probleme und Wünsche haben und sich deshalb leichter beeinflussen lassen. Weitere Vorteile sind:

- Bündelung der Ressourcen
- Konzentration auf einen bestimmten Teilmarkt
- Leistungen kann bedürfnisgerecht aufgebaut und angepasst werden
- Kommunikation / Feedback über Leistung
- Neue Bedürfnisse und Umsatzchancen können frühzeitig erkannt werden
- Aufbau von treuen (Stamm-) Kunden

+++++

3. DIE MECHANISMEN MÜSSEN BEKANNT SEIN

Grundregel: Neukunden sind wichtige Informationsträger. Frage Sie jeden Neukunden, woher er kommt sowie wer was empfohlen hat!

1. Woher kommt der Kunde?

Ist er oder sie aufgrund eines Inserates gekommen - wenn ja, in welcher Zeitung hat er es gesehen? Erfahren Sie so auf einfache aber effiziente Art und Weise, welche Ihrer Werbemassnahmen erfolgreich waren.

2. Wer hat empfohlen?

Kommt ein neuer Kunde auf Empfehlung, ist es wertvoll zu wissen, wer der Empfehlende war. Nur so können Sie sich bei ihm bedanken und sich gegebenenfalls erkenntlich zeigen. Mit einem persönlichen Dankeschön, ehrlich gemeintem Lob und eventuell einer kleinen Aufmerksamkeit können Sie die Aktivitäten der Empfehler aktiv fördern.

3. Was wurde empfohlen?

Dies ist ein wichtiger Punkt. Ein neuer Kunde kommt auf Empfehlung zu Ihnen, soviel wissen sie jetzt. Aufgrund der Empfehlung hat er ganz spezifische Erwartungen an Ihre Leistung. Diese Erwartungen müssen Sie genau kennen, um Sie erfüllen zu können.

Fragen Sie also systematisch jeden neuen Kunden, wie er auf Sie gekommen ist, wer Sie allenfalls empfohlen hat und wofür Sie empfohlen wurden. Lernen Sie von Ihren Kunden!

+++++

4. PFLEGEN SIE BEZIEHUNGEN SYSTEMATISCH UND AKTIV

Grundregel: Pflegen Sie Beziehungen systematisch und strategisch!

Empfehlungsmarketing lebt von zwei sehr menschlichen Eigenschaften:

1. Menschen geben gern und mit Vorliebe Ratschläge wenn Sie glauben, dass es dem anderen nutzt.
2. Menschen brauchen Anerkennung – das heisst, sie empfehlen etwas Gutes nicht nur, um dem anderen etwas Gutes zu tun, sondern auch, um Dankbarkeit und Anerkennung zu ernten.

Netzwerk-Experten schätzen, dass jeder Erwachsene mit 500 bis 1'000 Personen soziale Kontakte pflegt. Jeder dieser Bekannten könnte ein Interesse daran haben, Ihr Unternehmen weiter zu empfehlen, wenn Sie ihm dafür gebührend Aufmerksamkeit schenken. Rein theoretisch stehen Ihnen also nur über Ihr eigenes und die Netzwerke Ihrer Bekannten bis zu einer Million kostenloser Kontakte zur Verfügung. Zu Ihrem persönlichen Netzwerk gehören zum Beispiel: Bekannte, Kollegen, Nachbarn, Freunde, Familienmitglieder, Mitarbeitende, Lieferanten, Kunden, Mitbewerber, Geschäftspartner und -freunde, Kapitalgeber, Vereinskollegen usw. usw.

Nutzen Sie diese umfangreichen Kontakte, um Ihre persönlichen Ziele zu erreichen. Aber Achtung: Wenn das Gegenüber / der Kunde hinter jedem Kontakt eine Verkaufsabsicht spürt, wird es zu keiner tragfähigen und vertrauensvollen Beziehung kommen!

+++++

5. BUCHEMPFEHLUNG ZUM THEMA

Heute möchten wir Ihnen an dieser Stelle ein weiteres interessantes Buch zum Thema vorstellen: Die Autorin Kerstin Friedrich hat unter dem Titel „Empfehlungsmarketing – Neukunden gewinnen zum Nulltarif – ein Ratgeber für die Praxis verfasst, wie man ihn sich nur wünschen kann. Leicht verständlich, auf den Punkt geschrieben und unterhaltsam dazu!

Es kann unter der ISBN-Nr. 3-930799-41-3 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 neuem Wissen profitieren können!

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

Wenn Sie sich für unser Seminar- und Weiterbildungsangebot allgemein interessieren, hier ist der Link dazu: <http://www.scoremarketing.ch/leistungen/seminars.htm>

+++++

7. AUSBLICK AUF DEN SCORE-LETTER 18

Der nächste reguläre SCORE-LETTER erscheint dann am 15. Oktober zum Thema: „Aktives Empfehlungsmarketing – wie es erfolgreich initiiert wird“

+++++

8. SCORE-LETTER DER VERGANENHEIT

In unserem Archiv finden Sie alle Ausgaben des SCORE-LETTERS. Mit diesem Link gelangen Sie direkt dorthin: <http://www.scoremarketing.ch/WissensBox/scoreletter.htm>

+++++

Wenn Sie zukünftig auf den SCORE-LETTER verzichten möchten, klicken Sie auf diesen Link: <entfernen-link>

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>

