

MARKETING: ELF CHANCEN ZU MEHR UMSATZ DURCH BEZIEHUNGSMANAGEMENT

1. Verblüffen Sie Ihre Kunden!

Hohe Qualität des Produktes bei attraktivem Preis wird vom Kunden heute als selbstverständlich angesehen. Zufriedenheit ist das mindeste, was er als Gegenleistung für sein Geld erwartet. Deshalb lautet die Devise Verblüffung: Überraschen Sie den Kunden mit Aktionen, die ihm in seinem privaten oder geschäftlichen Leben helfen. Die Überraschungen sollten allerdings in der Nähe Ihrer Kernkompetenzen liegen: Niemand hat etwas davon, wenn beim Metzger Schraubersets, Feuerzeuge u.ä. hergeschenkt werden.

2. Veranstalten Sie geplante Kundenmeetings!

Workshops mit Kunden geben Ihnen das notwendige Feedback. Laden Sie in regelmäßigen Abständen Ihre wichtigsten Kunden ein und besprechen Sie Stärken und Schwächen. Wichtig ist, dass die Veranstaltungen wiederholt werden, damit Sie Ihre Kunden fragen können, ob das letzte Meeting etwas gebracht hat. Belohnen Sie die Teilnahme mit einem Gutschein oder einem kleinen Präsent.

3. Arrangieren Sie etwas!

Das Unternehmen muss spannend bleiben damit der Kunde den Eindruck hat, dass in Ihrem Unternehmen ständig etwas los ist und damit Sie den Kunden behalten. Es ist wesentlich billiger vorhandene Kunden zu beworben, wie Neukunden zu gewinnen.

4. Arbeiten Sie mit Netzwerken!

Ihre Kunden- und Lieferantenkontakte sind Rohmaterial für ein ergiebiges Netzwerk. Dazu gehören z.B. Kundenkarten, die ab einer bestimmten Punktezahl eine Besichtigungstour zu Ihren Lieferanten ermöglicht.

5. Erarbeiten Sie eine Kundendatenbank!

Jedes Unternehmen benötigt eine genaue Vorstellung über Wünsche und Ängste seiner Kundschaft. Dazu benötigen Sie Informationen, die Sie sich holen müssen. Der bekannteste Weg sind Glücksspiele und Klubaktionen. In Österreich ist das effizienteste Instrument dieser Art die Aktion „Friends of Merkur“: Der Kunde deklariert sich gegen Rabatt beim Einkauf und liefert über die Scanner-Kassen punktgenau sein Einkaufsverhalten ab. Porsche (Boxter) mit seiner Kundendatenbank 13.000 Einträgen erarbeitet, bei der die Trefferquote 90% betrug.

6. Definieren Sie Ihr Kerngeschäft!

Kernkompetenz ist die Spezialisierung auf eine Fähigkeit, nicht auf ein Produkt! Was können Sie?

7. Organisieren Sie sich kundennah!

Achten Sie darauf, dass Kundeninformationen in Ihrer Organisation kommuniziert und nicht an einem zentralen Punkt gehortet werden!

8. Werden Sie informationsdurchlässig!

Ihr Unternehmen besteht nicht nur aus Kunden und Lieferanten, sondern auch aus Mitarbeitern. Beziehen Sie die Mitarbeitern in Ihre Probleme und Unternehmensstrategien mit ein, nutzen Sie deren exklusive Kundenkenntnisse und Problemlösungskapazitäten.

9. Seien Sie 24 Stunden am Tag erreichbar!

Der Kunde soll sich in seinem Zeitplan nicht nach Ihnen richten müssen. Gewinnen Sie neue Kunden durch Öffnungszeiten, die sich am Einkaufsverhalten dieser Kunden orientieren. Investieren Sie in eine technische Infrastruktur (z.B. Bestellservice), die den Kunden Kontakt rund um die Uhr ermöglicht (Bestellservice, Fax on demand mit Angeboten).

10. Entweder Preis- oder Serviceführerschaft!

Sie können entweder beim Preis oder beim Service Spitze sein, beides zusammen nimmt Ihnen der Kunde nicht ab, und das zu Recht: Gutes Service mit geringen Margen ist nicht im Geschäft drinnen. Kritisch wird es für Unternehmen, die sich in der Mitte ansiedeln.

11. Pflegen Sie Ihre Mitarbeiter!

Wichtig ist die Aufwertung des Verkäuferstatus in Ihrer Firma. Ohne Verkauf gäbe es Ihr Unternehmen nicht!