



der Handwerker

Das Magazin für Marketing & Werbung

03/2013 ISSN 2195-2078

www.der-handwerker-magazin.de

Psst! Weitersagen lohnt sich!

Die Starke Verbindung Mensch.

Für den Präsident des Baden-Württembergischen Handwerkstages Joachim Möhrle ist die Kundenbeziehung zentraler Punkt zum unternehmerischen Erfolg im Handwerk.

Seite 2



Und? Werden Sie schon empfohlen?

Mit Reputation und Empfehlungsmarketing nach oben.

Seite 3

Machen Sie sich richtig interessant!

Menschen sind in Bezug auf sich selbst betriebsblind.

Seite 4

Regionalität als aktueller Trend

Initiative stärkt Handwerk und Einzelhandel in Ihrem Ort.

Seite 6



Verkaufen Sie noch oder werden Sie schon empfohlen?

Mit Reputation und Empfehlungsmarketing den Weg in die Championsleague sichern

Über 25 Prozent des Umsatzes werden durch den Ruf eines Unternehmens beeinflusst und gleichzeitig macht der gute Ruf eines Unternehmens bis zu 60 Prozent seines Marktwertes aus (Quelle: Serviceplan Corporate Reputation und Biesalski & Company und Weber Shandwick). Doch wie schafft man es einen Spitzenruf zu generieren? So, dass man sich eine Fan-Community aufgebaut hat, die positiv über einen spricht und der Traum eines jeden Unternehmers – kontinuierlich qualifizierte Empfehlungen zu erhalten – erfüllt wird?

Entscheidend ist, wie Ihr Kunde Sie, Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Ihre Dienstleistung wahrnimmt. Die Gesamtheit dieser Wahrnehmung spiegelt sich letztendlich in Ihrem Ruf wider (Achtung: Ihr Kunde nimmt auch nur das wahr, was er als wahr empfindet). Und dazu gehört jegliche Art von Austausch zwischen Ihnen und Ihrem Kunden: Ihre Werbemaßnahmen, die Gespräche und Korrespondenzen Ihrer Mitarbeiter, das Verhalten Ihrer Führungskräfte, der Einsatz der Neuen Medien und Veranstaltungen. Wenn Ihr Ruf exzellent ist sind Sie empfehlungswürdig und Ihre Verkaufszahlen entwickeln sich entsprechend positiv.

Die Grundlagen Ihres Rufes und der Empfehlungswürdigkeit

Im Grunde genommen sind es die Menschen, die Ihren Ruf beeinflussen. Ihre Kunden, Ihre Netzwerkkontakte, Interessenten, die Menschen, die Sie empfehlen, Ihre Mitarbeiter und, um es nicht zu vergessen, Sie als Unternehmer selbst, alle diese Menschen beeinflussen Ihren Ruf – positiv wie negativ. Positiv heißt: mehr Empfehlungen – negativ heißt: keine Empfehlungen oder sogar Kundenabwanderung.



Welches sind die Grundlagen für eine gute Reputation?

1. Glaubwürdigkeit

Beispiel: Schreiben Sie Angebote, die keine versteckten Kosten enthalten. Präsentieren Sie sich als der Unternehmer „mit dem man per Handschlag Geschäfte machen kann“. Stehen Sie zu Ihrem Wort.

2. Vertrauen

Beispiel: Bauen Sie Vertrauen zu Ihren Gesprächspartnern auf. Schaffen Sie Transparenz und liefern Sie konkrete Ergebnisse ab.

3. Zuverlässigkeit

Beispiel: Bitte seien Sie gegenüber Interessenten und Kunden immer ehrlich und zeigen Sie Respekt. Erzählen Sie also nicht, dass die Ware in zwei Tagen geliefert wird, wenn es dann eine Woche dauert.

4. Verantwortung

Machen Sie zum Beispiel bei Reklamationen Ihre Fehler wieder gut. Eine gute Reklamationsbearbeitung kann genau dazu führen, dass Sie wieder oder gerade deshalb weiterempfohlen werden.

Es gibt in Summe 10 Werkzeuge, mit denen Sie aktiv positive Reputation auslösen können und dadurch von Ihrem

Netzwerk empfohlen werden. Gunther T. Verleger und Jürgen Linsenmaier beschreiben genau diese 10 Werkzeuge in Ihrem Buch „Ihr guter Ruf verkauft! Sonst nichts.“, welches 6 Tage nach Veröffentlichung auf Platz # 1 bei Amazon landete.

<http://goo.gl/rs8r11>

Gunther T. Verleger:

Gunther T. Verleger, Dipl.-Ing., Autor und Unternehmer aus Leidenschaft startete BNI (Business Network International) als erster erfolgreicher Franchise-Nehmer Deutschlands. Er unterstützt Unternehmer darin, gemeinsam im Team mehr zu erreichen und wurde bereits mehrfach dafür ausgezeichnet. Seine Kunden konnten im Jahr 2012 über 22 Mio. Euro an zusätzlichem Geschäft generieren – rein auf der Basis von Empfehlungen und Kontakten.

