

# Mit richtigen Empfehlungen zu neuen Kunden kommen



Über 1500 Besucher nutzten bei einem Vortragsabend der Sparten Handel, Gewerbe und Handwerk und der Raiffeisenbank Niederösterreich-Wien die Möglichkeit, sich darüber zu informieren, wie sich mit Empfehlungen neue Märkte und Kunden erschließen lassen.

„Wer nicht an die Zukunft denkt, der wird keine haben“, ist Handelsspartenobmann KommR Dr. Fritz Aichinger gemäß dem Zitat von John Galsworthy überzeugt. Um wettbewerbsfähig in die Zukunft gehen zu können, gelte es daher, das eigene Unternehmen fit für die kommenden Monate und Jahre zu machen. „Da ist es ungeheuer wichtig, dass neue und überzeugte Kunden gewonnen werden“, so Aichinger in Richtung der teilnehmenden Gewerbe- und Handelsbetriebe. „Der Finanzkrise – als Begrifflichkeit und als Unwort des Jahres – kann durch richtiges Kundenmarketing, durch Empfehlungen, Beratung und intensive Betreuung entsprechend gegengesteuert werden“, meinte RLB Stadtdirektor Gaston Giefing.

„Endlich Empfehlungen“ ist eine schlüssige Gesprächslogik, die in 15 Jahren Anwendung in der Beratungspraxis entstand. Der Autor des gleichnamigen Buches Marcus Neisen präsentierte die Empfehlungslogik als branchenübergreifendes Erfolgskonzept. „Wer Kunden gewinnen will, muss vor allem eines: Überzeugen“, so der Empfehlungsexperte. Wer als Unternehmer in den heute schwierigen Zeiten überleben möchte, muss die Kundenzufriedenheit zur Maxime erheben, meint Neisen. Es sei evident, dass zufriedene Kunden entsprechend weiterempfehlen. Das gelinge dann, wenn sie zu „Fans“ gemacht würden. Mit Vertrauen, Überzeugung und entspre-



Über den großartigen Besuch von über 1500 Wiener Unternehmen zum Infoabend „Endlich Empfehlungen“ freuten sich (v.l.n.r.) die Gastgeber Handels-Spartenobmann Fritz Aichinger, Raiffeisen Stadtdirektor Gaston Giefing, Empfehlungsexperte Marcus Neisen und Gewerbe-Spartenobmann Gottfried Parade. Foto Weiwurm

chender individueller Veränderungsbereitschaft wird der Kunde zum Partner und Vertrauten. Die Weiterempfehlung habe somit noch folgenden Zusatznutzen: Sie kostet nichts und gewährt beim Neukunden einen Vertrauensvorsprung, der insgesamt wieder die Abschlussbereitschaft erhöht.

„Das Motiv für Empfehlungen geht mit dem Wunsch einher, jemanden etwas Gutes zu tun“, bringt es Neisen auf den Punkt. Das erzeuge wiederum eine positive Rückmeldung an den Empfehlenden und eine entsprechende Bestätigung. Empfehlungsmarketing bedeute vor allem aber auch Strategie und Arbeit. Wesentlich ist, aus der „Bittstellerrolle“ herauszutreten und den Kunden gezielt und zum richtigen Zeitpunkt auf den Wunsch weiter empfohlen zu werden, anzusprechen. Ist man einmal empfohlen worden, gelte es auch nach den Gründen der Empfehlung zu fragen und ein entsprechendes „Wir-Gefühl“ aufzubauen. Damit wird ein positiver Kreislauf erzeugt, der keine Kosten verursacht und die Bindung zum Kunden erhöht.

Gewerbe-Obmann KommR Ing. Gottfried Parade sieht in dieser Form des Kundenmarketings ein hohes Potential und damit gutes Instrument zur Neukundengewinnung: „Aktuelle Ausfälle bei Kunden und beim Umsatz können im Wettbewerb selten mit Preissteigerung bzw. Preisnachlässen abgedeckt werden. Die KMU aus dem Gewerbe und dem Handel leben und profitieren zu einem großen Teil von einem effizienten Empfehlungsnetzwerk“, so der Wiener Gewerbe-Obmann. ■



## Warum Empfehlungen:

- keine Kosten
- wertvoller Vertrauensvorschuss
- gute Kommunikationsebene
- hohe Abschlussbereitschaft
- interessante Zielgruppe

## Marcus Neisen – die besten Sprüche

- „Wären Sie bei sich selbst Kunde?“
- „Überzeugt sein: Was ich tue, ja das ist empfehlenswert!“
- „Zur Neukundengewinnung sind Dinge erforderlich, die man noch nie getan hat (Veränderungsbereitschaft)“
- „Ich habe noch nie ein halbleeres Glas gesehen, meine Gläser sind immer halbvoll“