

Kolumne

Die Kraft der Empfehlung



Linda Vollberg

KMU nutzen Empfehlungsmarketing zu selten als Wachstumsinstrument. Offenbar wird die Kraft der Empfehlung unterschätzt; dabei lassen sich schon mit wenigen prozessualen Handgriffen im Kundenkontakt Erfolge erzielen.

Um neue Kunden zu gewinnen, Beziehungen aufzubauen, Vertrauen zu bilden und schliesslich den Auftrag unterzeichnet in Händen zu halten, ist vielfach ein langer Weg zu beschreiten, der Akquisitionskosten und einen hohen zeitlichen Aufwand mit sich bringt. Das Erfragen von Empfehlungen kann hierbei zu einem effektiven Wachstumshebel für den Vertrieb werden und täglich zu neuen Erfolgen führen. Die Kraft einer Empfehlung ist dabei so stark, weil sie einen unglaublichen Vertrauensvorschuss bietet. Im Rahmen unserer Beratungspraxis erleben wir allerdings, dass gerade auch in KMU Empfehlungen nicht gezielt erfragt und für den Geschäftsausbau genutzt werden. Dabei lassen sich mit einigen wenigen prozessualen Handgriffen im Kundenkontakt schnell und kontinuierlich Erfolge verbuchen.

Schritt 1: Empfehlungen von Beginn an gedanklich platzieren

Das Erfragen von Empfehlungen muss selbstverständlich sein wie das Erstellen von Rechnungen. Denkt man sich in den Prozess der Geschäftsanbahnung hinein und der Kontakt zum potenziellen

neuen Auftraggeber ist erfolgreich aufgebaut und ein Angebot angenommen, beginnt das Erfragen von Empfehlungen. Jeder Unternehmer, Vertriebsmitarbeiter, Projektleiter oder jede andere Person, die mit den Kompetenzen ausgestattet ist, Aufträge zu vergeben, ist jetzt gefragt. Es gilt, direkt mit der Vereinbarung den ersten Punkt zu machen und zu kommunizieren, dass man sich im Rahmen einer guten Zusammenarbeit erlauben wird, den Kunden nach Empfehlungen zu fragen. Mehr nicht – weniger aber auch nicht, um die Frage nach Empfehlungen gedanklich zu platzieren. Wenn kein persönlicher Kontakt zum Kunden besteht, nehmen Sie den Telefonhörer in die Hand, immer gekoppelt an den Dank für die startende Zusammenarbeit.

Schritt 2: Erfolg gemeinsam besprechen

Die Zusammenarbeit beginnt und das Thema Empfehlung ruht so lange, bis ein wesentlicher erster Meilenstein erfolgreich erreicht ist und zum ersten Prüfstein der Beziehung wird. Dieser erste gemeinsame Erfolg läutet den zweiten Prozessschritt ein. Sprechen Sie mit Ihrem Kunden persönlich über das gute Ergebnis oder präsentieren Sie es wenn möglich und reden Sie über den weiteren geplanten Fortschritt. Viel zu oft werden nur Fehlentwicklungen oder kritische Fragen kommuniziert. Vermeiden Sie diese ausschliesslich negativen Verbindungen.

Schritt 3: Empfehlungen vor Ende der Zusammenarbeit erfragen

Die Zusammenarbeit nähert sich einem erfolgreichen Abschluss. Fragen Sie jetzt, ohne Druck eine Antwort erhalten zu müssen, zum ersten Mal nach. Suchen Sie das Gespräch mit dem Kunden, lassen Sie sich noch einmal bestätigen, dass Ihr

Kunde von den Resultaten überzeugt ist und beziehen Sie sich darauf, dass Sie zu Beginn der Zusammenarbeit angekündigt haben, zum Ende nach Empfehlungen zu fragen. Dieser Punkt ist nun gekommen. Fragen Sie, ob Ihr Kunde jemanden kennt, der in einer ähnlichen Situation ist, der Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt benötigt und der ebenso von der Zusammenarbeit mit Ihnen profitieren könnte. Dann warten Sie die Antwort ab.

Schritt 4: Empfehlungen konkretisieren

Die weitaus häufigsten Reaktionen, auf die Sie sich vorbereiten sollten, sind die folgenden:

- › Dem Kunden fällt niemand ein.
- › Der Kunde möchte jetzt nicht darüber sprechen.
- › Der Kunde nennt einen Kontakt oder gleich mehrere Kontakte.

Wenn dem Kunden niemand einfällt, helfen Sie ihm und nennen mögliche Kontaktpunkte, zum Beispiel jemand aus dem beruflichen Umfeld, Nachbarn oder alte Freunde bei Privatpersonen, im B2B-Bereich sind es gegebenenfalls Lieferanten oder Schnittstellenpartner. Schliessen Sie den Dialog damit, dass Ihr Kunde möglicherweise noch Gelegenheit findet, darüber nachzudenken und Sie ihn zu einem späteren Zeitpunkt noch einmal ansprechen werden. Ähnlich können Sie reagieren, wenn Ihr Kunde zum aktuellen Zeitpunkt nicht über eine Empfehlung sprechen möchte. Zeigen Sie Verständnis, geben Sie mögliche Anknüpfungspunkte mit und vertagen Sie die Frage auf einen späteren Zeitpunkt. Erhalten Sie auch dann keine Antwort, kann es eine Alternative sein, nach einem Zitat oder einer kurzen Referenz zu fragen, die Sie in Verbindung mit dem Kundennamen zum Beispiel auf Ihrer Website oder in anderen Medien nutzen dürfen. Im besten Fall wird Ihnen direkt ein Kontakt genannt. Stimmen Sie ab, wie Sie auf den Kontakt zugehen werden. Ideal ist, wenn Ihr Kunde Sie mit seinem Kontakt vernetzt oder Sie gar vorstellt.

Schritt 5: Schleifen zu Empfehlungen schliessen

Auch im Kontakt mit der Empfehlung ergeben sich in der Regel die folgenden drei Fälle:

- › Die Empfehlung hat kein Interesse.
- › Die Empfehlung hat jetzt kein Interesse.
- › Die Empfehlung hat ein Thema, das Sie lösen können.

Bevor Sie sich jedoch dem neuen Auftrag widmen, schliessen Sie die Schleife bei Ihrem ursprünglichen Kunden – ganz gleich, was aus der Empfehlung geworden ist. Jeder, der eine Empfehlung ausspricht, bürgt emotional für diese und interessiert sich dafür, ob sein Tipp Anklang gefunden hat. Auch wenn aus der ausgesprochenen Empfehlung kein neuer Auftrag wurde, kontaktieren Sie Ihren Kunden persönlich und sprechen ihm Dank aus. Versuchen Sie auch, verträglich anmutende Antworten der empfohlenen Kontakte zu nutzen. Erfragen Sie, ob Sie die Person unregelmässig auf dem Laufenden halten dürfen und wann das Thema akut wird, um sich eine passende Wiedervorlage zur erneuten Kontaktaufnahme einzurichten. Hat der empfohlene Kontakt ein Thema, das Sie lösen können, verabreden Sie einen ersten Kennenlerntermin und der Prozess startet von vorne – nun schon etwas einfacher, denn dieser neue Kunden ist bereits über eine Empfehlung zu Ihnen gekommen.

Fazit

Das Erfragen von Empfehlungen lässt sich mit wenig Zeitaufwand in bestehende Abläufe und Gespräche integrieren. Folgende Tipps werden es Ihnen dabei leichter machen:

- › Definieren Sie konkrete Sprachregelungen für jeden Schritt. Wie genau wollen Sie Ihren Kunden ansprechen?
- › Lassen Sie den Prozess in einer Hand. Idealerweise ist es immer dieselbe Person, die von Beginn an das Thema Empfehlungen beim Kunden platziert und erfragt.
- › Akzeptieren Sie Kunden, die nach erneuter Ansprache aktiv keine Empfehlung aussprechen.
- › Handeln Sie schnell. Empfehlungen haben Priorität. Dies zeugt von Professionalität und drückt Wertschätzung aus.
- › Reden Sie persönlich mit Ihren Kunden und deren Empfehlungen. Das Erfragen von Empfehlungen und das gezielte Nachgehen sind keine E-Mail-Themen.

Basis all dessen sind eine erfolgreiche Zusammenarbeit und hervorragende Leistungen. Gehen Sie gelöst in jedes Gespräch. Denn sie haben einen hohen Wert zu bieten und können Probleme im Netzwerk Ihrer Kunden lösen. ‹‹

*Linda Vollberg ist Senior-Beraterin und Prokuristin der Mandat Managementberatung.
linda.vollberg@mandat.de, www.mandat.de*