



**Machen Sie aus Ihren Kunden zufriedene und treue Kunden!**

[www.makomm.com](http://www.makomm.com)

## **Der Kunde - mein König?** **Erfolgreiche Kundenbindung**

**Die meisten Kunden sagen dem Unternehmen nicht, wenn sie mit der Leistung unzufrieden waren und gehen beim nächsten Mal woanders hin - nicht ohne den gesamten Freundekreis von der schlechten Erfahrung zu berichten. Deshalb ist es wichtig, dass Sie Ihren Kunden nicht nur zufrieden sondern ihn auch zu einem treuen Kunden machen. Lesen Sie hier, wie erfolgreiche Kundenbindung gelingt!**

Hand aufs Herz: Was tun Sie, damit der Kunde Sie erneut beauftragt oder weiterempfiehlt? Sie denken, wenn der Kunde zufrieden ist, wird er für Ihre Leistung sprechen? Aber woher wissen Sie, dass Ihr Kunde zufrieden ist?

### **„Das guckt sich weg!“**

Ein Beispiel: Frau Müller bekommt neue Zimmertüren aus Holz. Beim Einbau bemerkt der Tischler, dass nicht alle Türen der Norm entsprechen und individuell anzupassen sind. Es wird gesägt, gehobelt, gestemmt und lackiert. Viel Dreck kommt zusammen und es dauert länger als gedacht. Als Frau Müller von der Arbeit kommt, ist der Handwerker noch im vollen Gange. Etwas verwundert sieht sie

sich die fertigen Türen an, bemerkt, dass am Türblatt nahe der Bänder unsauber und zuviel gesägt wurde, dass der Zargen-Anstrich ungeschliffen ist und eine Tür bereits eine kleine Macke hat. Als sie die optischen Mängel anspricht, erhält sie die Antwort: „Das guckt sich weg! In einem halben Jahr sehen Sie das nicht mehr. Das ist reine Gewöhnungssache!“

### **3/4 Ihrer Kunden müssen zufrieden sein**

Frau Müller ärgert sich im Stillen, scheut aber die Auseinandersetzung und verbucht es für sich als „Lehrgeld“. Beim nächsten Mal wird sie jemand anderes beauftragen. Außerdem berichtet sie ihrem Freundeskreis davon.

Nur zehn Prozent der Kunden, die mit Ihrer Arbeit nicht zufrieden sind, melden sich überhaupt bei Ihnen. Und jeder unzufriedene Kunde erzählt es im Bekanntenkreis zehn Mal weiter, während der zufriedene Kunde es lediglich drei Bekannten weiter erzählt. Das bedeutet für Sie als Unternehmer, dass 3/4 Ihrer Kunden zufrieden sein müssen, damit Sie dieses Missverhältnis überhaupt ausgleichen. Unzufriedene Kunden wirken sich nachhaltig auf Ihr Image aus. Jede Beschwerde ist da kostenlose Unternehmensberatung!

### **Kundenzufriedenheit auf drei Ebenen**

Es ist sechsmal teurer einen Neukunden zu gewinnen als einen bestehenden Kunden zu halten. Deshalb ist es wichtig, dass Ihr Kunde zufrieden ist. Kundenzufriedenheit geschieht auf drei Ebenen:

- Kommunikation vor – während und nach dem Bauprojekt
- Haltung – welchen Eindruck hinterlassen Sie auf der Baustelle, wie tun Sie Ihre Arbeit
- Service – Was bekommt der Kunde oben drauf – wie überraschen Sie den Kunden

### Vom Erstkontakt bis zur Empfehlung:

- Erstkontakt: Hören Sie aufmerksam zu!
- Ein Verkaufsgespräch ist Marketing! Vorbereiten | Kennenlernen | Bedarf ermitteln | Präsentieren | Abschluss
- Erstellen Sie ein kundenorientiertes Angebot und fassen Sie nach
- Diskutieren Sie Vorteile und Service statt den Preis
- Nehmen Sie den Auftrag nicht um jeden Preis (Leistung runter, `Nein`-Sagen?)

### Mit klarer Position überzeugen:

- Worin unterscheiden Sie sich von Ihren Mitbewerbern? Kennen Sie Ihre Stärken?
- Kommunizieren Sie das Einzigartige, Besondere an Ihrem Angebot / an Ihrer Leistung
- Welchen Nutzen bieten Sie dem Kunden, wie lösen Sie seine Probleme

Je klarer Ihre Positionierung, desto eindeutiger unterscheiden Sie sich von Ihren Mitbewerbern und desto mehr rückt der Preis in den Hintergrund

### Haltung und Auftreten der Mitarbeiter:

- Pünktlich – freundlich – schnell und sauber
- Geschultes, freundliches, persönliches Auftreten im Kundenkontakt
- Baustelle tip-top, vorrauschauende Arbeitsweise

- Kunden in den Auftrag einführen; Baustellenabschluss
- Einheitliches Erscheinungsbild
- Checkliste konsequent nutzen
- Respekt vor Kundeneigentum
- Zusatzarbeiten – informieren und Erlaubnis einholen
- Stecken Sie einen Teil Ihres Werbebudget in die Schulung der Mitarbeiter

### Vom Neukunden zum Topkunden

Ist der Kunde zufrieden, heißt das noch nicht, dass er auch ein treuer Kunde ist. 2/3 der Kunden wechseln einfach so, ohne besonderen Grund, weil sich gerade eine Gelegenheit ergibt, ein Bekannter jemanden empfiehlt oder der Mitbewerber gerade zum passenden Zeitpunkt quasi vor der Tür steht.

Nur wer seine Kunden kennt, ihn individuell berät, bedient und den Kontakt pflegt, macht aus zufriedenen Kunden treue Kunden. Durch aktives Kundenmanagement machen Sie ihren Neukunden nach und nach zum aktiven Fürsprecher Ihres Unternehmens mit seinen Angeboten und Dienstleistungen. Je weiter Sie Ihren Kunden auf die nächsthöhere Stufe entwickeln, desto stärker wirken Sie einem möglichen Wechsel zum Mitbewerber entgegen. Allerdings ist es wichtig, Anreize zu schaffen und den Kontakt zu hegen und zu pflegen.

### Kundenpflege systematisch:

1. Kontaktieren Sie regelmäßig Ihre Kunden, vereinbaren Sie Folgetermine, liefern Sie einen Mehrwert durch Informationen (z.B. Newsletter, Kundenzeitung)
2. Bieten Sie etwas Besonderes, machen Sie exklusive Angebote, belohnen Sie seine Treue
3. Haben sie auch nach dem Auftrag ein offenes Ohr für Ihre Kunden,
4. Begeistern Sie auch nach dem Auftrag, verschenken Sie nützliche Werbebesenke, erinnern Sie an wichtige Wartungs- und Kontrolltermine, laden Sie ein zur Messen, Ausstellungen, TOT, u.a.
6. Pflegen Sie eine Kundendatenbank mit hilfreichen Kundendetails, geordnet nach Rangfolge mit Bewertung
7. Sagen Sie Danke!

### Darf's ein bisschen mehr sein?

Informieren sich hier über das Coaching-Angebot. Die ersten fünf Leser erhalten eine kostenfreie Erstberatung, bei der wir gemeinsam auf Ihr Anliegen, ihre derzeitige Strategie schauen und erste Ideen für eine erfolgreiche Unternehmensentwicklung skizzieren.



**Michaela Arlinghaus** ist Kommunikationswissenschaftlerin, Journalistin und Coach. Sie unterstützt Unternehmen, Organisationen und deren Mitarbeiter in ihrer in- und externen Kommunikation mit PR-Maßnahmen und den Instrumenten Coaching/Training. Seit 21 Jahren ist sie als PR-Fachfrau tätig, seit 13 Jahren leitet sie Seminare zu den Themen Kommunikation, Change, Führung und Team und seit 8 Jahren begleitet sie Menschen, die sich beruflich entwickeln möchten.

[www.makomm.com](http://www.makomm.com)