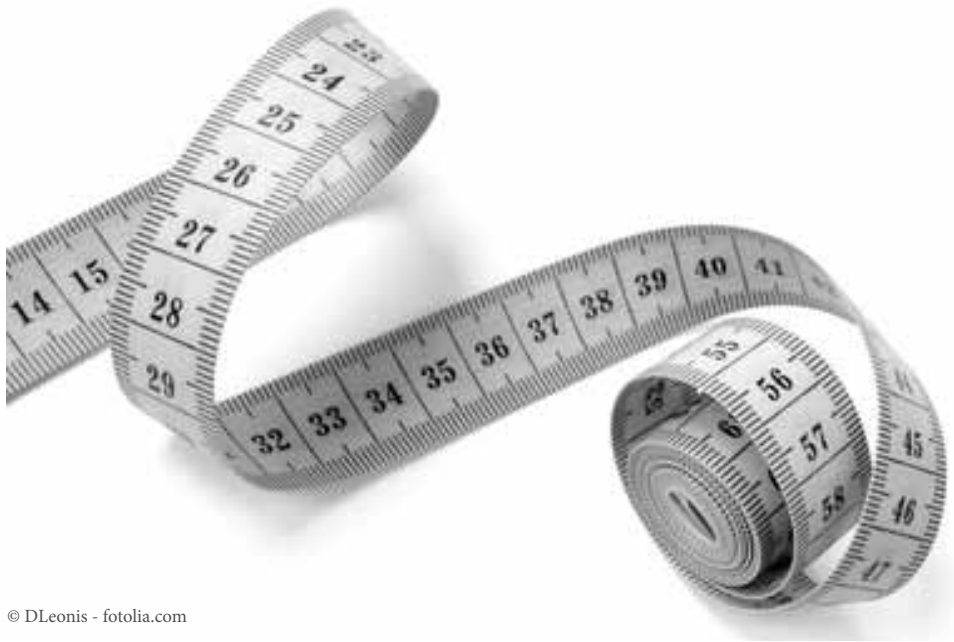


Nachgefragt

Wie die Empfehlungsrate gemessen wird



© DLeonis - fotolia.com

Die Empfehlungsrate zählt zu den wichtigsten betriebswirtschaftlichen Kennzahlen. Sie sollte deshalb im Businessplan ganz vorne stehen. Denn sie entscheidet über die Zukunft eines Unternehmens. Wer nicht länger empfehlenswert ist, ist auch bald nicht mehr kaufenswert.

Was deshalb zu klären ist:

- Wie viele Kunden empfehlen uns weiter? Und warum genau?
- Welche Produkte bzw. Services werden am stärksten empfohlen?
- Wer genau hat uns empfohlen? Und wie bedanken wir uns dafür?
- Wie lief der Empfehlungsprozess? Gibt es erkennbare, wiederholbare Muster?
- Wie viele Kunden haben infolge einer Empfehlung erstmals gekauft (= Empfehlungsrate)?

Die Empfehlungsrate ist gleichzeitig Ausgangspunkt und Ziel eines systematisch gesteuerten Empfehlungsmarketing.

Drei einfache Fragen reichen bereits aus

Sie können sowohl neuen als auch bestehenden Kunden am Ende eines Gesprächs gestellt werden - soweit es die Situation erlaubt. Dies wird am besten eingeleitet mit: Ach übrigens ...

- Wie sind Sie eigentlich auf uns aufmerksam geworden? Sofern eine Empfehlung im Spiel war, geht es dann weiter wie folgt:
- Und jetzt interessiert mich mal: Was hat denn der Empfehler über uns beziehungsweise unser Angebot gesagt?
- Und jetzt bin ich mal ganz neugierig? Wer war das denn, der uns empfohlen hat?

Durch die erste Frage lässt sich ermitteln, wieviel Prozent der neuen Kunden aufgrund einer Empfehlung kamen.

Die Antwort auf diese Frage zeigt im Übrigen auch, wofür Sie in Zukunft Ihre Werbegelder verstärkt verwenden sollten.

Über die zweite Frage gibt der Kunde Hinweise darauf, was genau Sie erfolgreich macht und in welche Richtung Sie

sich und Ihre Angebotspalette weiterentwickeln können. Die empfehlungsstärksten Angebote sollten dabei zukünftig favorisiert werden.

Empfehler wertschätzen!

Konnten Sie den Namen eines Empfehlers erfahren: Bedanken Sie sich!

Und zwar unverzüglich und überschwänglich, telefonisch oder persönlich - verbunden mit einem kleinen individuellen, überraschenden Geschenk.

Das hat sich der Empfehler auch redlich verdient, schließlich war er ja kostenlos für Sie als Verkäufer aktiv.

Vor allem aber: Wird er belohnt, wird er Sie auch in Zukunft gerne weiterempfehlen. ■■

Hörbuch zum Thema

Anne M. Schüller

Der beste Weg zu neuen Kunden.

Die 25 wertvollsten Erfolgsrezepte für ein gezieltes Empfehlungsmarketing
Breuer & Wardin, 1 CD, 75 Min., Preis: 19,90 Euro

ISBN: 978-3-939621-86-7



Anne M. Schüller

ist Managementberater und gilt als führende Expertin für Loyaltätsmarketing. Die Diplom-Betriebswirtin und neunfache Buchautorin zählt zu den Top-Speakern und lehrt an mehreren Hochschulen. Ferner führt sie Profi-Seminare und Power-Workshops durch. Ihr Buch zum Thema heißt: Zukunftstrend Empfehlungsmarketing.

www.empfehlungsmarketing.cc