

Der Trüffelkompass – Akquise und Vertrieb III

Wie wir im Podcast aufgezeigt haben, ist Kommunikation ein wesentlicher Bestandteil in jeder Partnerschaft. Ein angenehmer Umgang bildet die Grundlage für Sie und Ihre Kunden, diese Beziehung möglichst lange aufrechtzuerhalten.

Überlegen Sie sich die Möglichkeiten und Kanäle der Kundenkommunikation zur Kundenbindung:

Mehrwert bieten

Bieten Sie Ihren bestehenden Kunden einen Mehrwert. Sie sollten etwas erhalten, das sie beispielsweise **von Ihrer Konkurrenz oder als „einmaliger“ Kunde nicht bekommen**. Das können besondere Rabatte, Aktionen, Kundenkarten, Treuepunkte oder Ähnliches sein.

Wertschätzung, Anerkennung

Jeder Mensch möchte Anerkennung und Wertschätzung erfahren. Diese Grundbedürfnisse gilt es auch bei der Kundenbindung zu beachten (z. B. ein Dankeschreiben mit einer persönlichen Ansprache (mit Name)).

Überraschen Sie positiv

Überlegen Sie, wie Sie Ihre (Stamm-)Kunden überraschen können – sei es durch ein kleines Präsent zu einem besonderen Anlass oder durch eine besondere Aktion.

Der Trüffelkompass – Akquise und Vertrieb III

Auf Beschwerden reagieren

Ein zufriedener Kunde kann schnell zu einem unzufriedenen Kunden werden. Ist Ihr Kunde unzufrieden und lässt Sie das wissen, **reagieren Sie umgehend und lassen Sie ihn nicht hängen.**

Informieren Sie

Zufriedene Kunden erwarten Informationen, hingegen will ein verärgelter Kunde in der Regel keine weiteren Informationen von Ihnen. Informieren Sie Ihre Kunden über neue Angebote, neue Aktionen oder was auch immer.

Feedback holen

Ein Kunde fühlt sich „wichtig“ und ernst genommen, wenn Sie ihn um sein Feedback bitten. Feedback einholen ist nicht nur ein effektives Instrument der Kundenbindung, sondern bietet auch eine **hervorragende Möglichkeit, sich bzw. Ihr Produkt weiterzuentwickeln und zu profilieren.**

Und vergessen Sie dabei nie: Vermitteln Sie positive Werte!

Seriosität, Ehrlichkeit, Fairness, Freundlichkeit aber auch eine Prise Humor sind **positive Werte, die Kunden schätzen.** Überlegen Sie, wo und wie Sie diese Werte am besten rüberbringen.
