

Mit Empfehlungs-Management zu neuen Kunden und Aufträgen

Von Roland Arndt, www.roland-arndt.de

Möchten Sie eine Strategie kennen- und einsetzen lernen, mit der Sie viele neue Kontakte aufbauen und zu Kundenbeziehungen weiterentwickeln können? Dann nutzen Sie und Ihre Mitarbeiter am besten ein wirksames Empfehlungs-Management. Dieses Thema ist in unserem Land leider immer noch so gut wie ungenutzt. Man könnte fast sagen, wir leben in der „Empfehlungswüste Deutschland“. Wir haben es nie richtig gelernt, Erfolge wie Expansion und Beziehungs-Management mit gezielten Referenzen professionell aufzubauen und zu steuern. Wir haben allerdings jeden Tag die Möglichkeit, neu damit zu beginnen und viele Menschen auf eine niveauvolle Art und Weise auf unsere Leistungen und einen gemeinsamen Weg in eine erfolgreiche Zukunft anzusprechen.

Bei der Mundpropaganda und dem Empfehlungs-Management handelt es sich um gesellschaftliche Phänomene. Jeder von uns hat es nämlich in der Hand, durch sein Dazutun neues Wirtschaftswachstum mit auszulösen und somit für die Sicherheit seines eigenen Arbeitsplatzes zu sorgen. Oft schaffen wir dadurch sogar Voraussetzungen für neue Jobs.

Um unsere Wirtschaft und unser Land voranzubringen, sind drei Elemente von besonderer Bedeutung

- Mehr qualitative Verbesserungsvorschläge in den Unternehmen zu entwickeln, um alle Ideen für den Unternehmens-Erfolg zu nutzen.
- Produkte und Dienstleistungen ständig aus Sicht der Kunden zu optimieren, um ein positives Image mit einer gesteigerten Nachfrage zu erzeugen.
- Dafür zu sorgen, dass wir mehr „empfehlenswerte“ Persönlichkeiten im direkten Kundenkontakt einsetzen, um leichter und mehr qualifizierte Empfehlungen auszulösen.

Dabei ist es vom Grundgedanken her ganz einfach. Denken Sie kurz an die Fußball-WM im letzten Jahr zurück. Jeweils 11 Spieler standen pro Mannschaft und Land auf dem Platz und unterstützten sich mit Ideen, Füßen und Herzen für Spitzenleistungen in Richtung Spielgewinn. Jeder Pass, jede Vorlage hatte die konkrete Absicht, ein gemeinsames Ziel zu erreichen und dafür den Spielern der eigenen Mannschaft die besten Chancen zuzuspielen.

Und wie sieht es in unserer Wirtschaft aus?

Etwa 15 Prozent hoch motivierte Führungskräfte und Mitarbeiter haben laut Gallup-Studie die Geschicke in die Hand genommen. Etwa 16 Prozent sind bis zur Aggressivität verstimmt und „mobben“ teilweise ihre Kollegen und/oder Chefs. Und 69 Prozent erledigen den sogenannten Dienst nach Vorschrift, tun also nur so viel, dass ihnen nicht gekündigt werden kann und identifizieren sich nicht mit dem Unternehmen, „für“ das sie arbeiten. Ein Großteil hat bereits die „innere“ Kündigung ausgesprochen. Helfen Sie bitte mit, neue Arbeitsfreude mit hoher Motivation aufzubauen. Steigen Sie mit „unternehmerischem“ Denken und Handeln ganz neu in Ihren Arbeitsalltag ein und dadurch in Ihrer Karriere auf.



Gehen Sie voran

Gestalten Sie Ihren Aufschwung aus eigener Kraft. Werden Sie und Ihre Mitarbeiter zu besonders „empfehlenswerten Persönlichkeiten“. Und das geht sogar ohne große Investitionen. Ein Buch mit einem kleinen Workshop kann als Start bereits große Erfolge verursachen.

Die Vorteile der Philosophie des Empfehlungs-Managements liegen auch im Kostenbewusstsein. Das Empfehlungs-Geschäft braucht keine teure Werbung. Es entwickelt sich durch Mundpropaganda, durch das Weitergeben von Informationen aufgrund guter Erfahrungen mit der Leistung eines Unternehmens. Und es baut das Selbstbewusstsein aller Mitarbeiter weiter auf. Ein Auftrag oder Kauf ist erst richtig gelungen, wenn der Kunde Empfehlungen ausgesprochen hat, eine echte Kunden-Beziehung entstanden ist.

Fach- und Persönlichkeits-Kompetenz aller Mitarbeiter sind eine wichtige Basis. Denn schlechte Leistungen können schnell in eine Negativ-Spirale der Mundpropaganda abstürzen. Statt aktiv weiter zu empfehlen, rät dann ein Kunde neuen Kontaktpartnern eher ab. Nur gute Qualität in beiden Bereichen (Sach- und Beziehungs-Ebene) garantiert eine positive Anziehungskraft. Es reicht aber auch diese Qualifikation allein nicht aus. Wir benötigen eine persönliche Ausstrahlung, damit Kontaktpartner und Kunden gern mit uns sprechen und jeden Augenblick spüren, dass der Nutzen bei unserer Arbeit im Mittelpunkt steht. Jeder Kunde ist der wichtigste Partner „innerhalb“ unseres Unternehmens. Nur wer das täglich mit Leben erfüllt und den Weg zum (Neu-)Kunden „mit dem Kunden“ sucht und gestaltet, wird seine Wachstums-Ziele erreichen.

Hier ein kleines Beispiel, wie Sie das Thema Empfehlung in ein Gespräch beim Kunden einfließen lassen können

„Herr Dr. Bräutigam, das ist wie bei der Fußball-WM. Die Spieler jeder einzelnen Mannschaft spielen sich den Ball möglichst optimal auf direktem Wege zu, unterstützen sich also mit vollem Einsatz. Auf unsere Gesellschaft und die Wirtschaft übertragen bedeutet das, wir bringen uns gegenseitig ins Gespräch und erzeugen dadurch einen neuen Zusammenhalt und somit Vorteile für alle Beteiligten. Was halten Sie davon, wenn wir beide „weltmeisterlich“ vorgehen? Sie empfehlen mich als Gesprächspartner für den Themenbereich XYZ, und ich unterstütze Sie mit meinen Kontakten und vielen Informationen, damit Sie Ihre ABC-Ziele sicher erreichen?“

Kunde: „Das hört sich gut an. Aber wie soll das genau funktionieren?“

„Ganz einfach. Wie hat Ihnen das Gespräch mit mir gefallen?“

Kunde: „Sehr gut.“

„Dann überlegen Sie gern, wem Sie ebenfalls ein solches Gespräch mit mir empfehlen? Dann können die Menschen, die Ihnen wichtig sind, ebenfalls mit neuen Informationen ihre zukünftigen Entscheidungen in diesem Bereich treffen. Mein Ziel wird es sein, dass sich die genannten Personen sogar bei Ihnen für den Tipp bedanken. Ist das für Sie in Ordnung?“

Jeder von uns ist eine einmalige Persönlichkeit. Das gilt auch für unsere Mitmenschen. Und wenn zwei Einmalige miteinander kommunizieren, dann wird diese Kombination wieder zu einer nur einmal existierenden Gesprächs-Konstellation. So lernen wir in jedem Gespräch, unsere Horizonte zu erweitern und dem Kunden ein wirklicher Partner zu sein, der uns gern aus einem guten Gefühl weiterempfiehlt. —

Jeder Mensch ist wie eine Tür zu anderen Menschen.
Jedes Unternehmen ist wie ein Tor zu weiteren Unternehmen.

Viel Erfolg für jede neue Empfehlung und beste Grüße

Ihr Roland Arndt

Empfehlungs-Management

So sichern Sie Ihren Unternehmens-Erfolg



Roland Arndt
192 Seiten, Paperback
ISBN 3-89623-280-0
€ 14,80