

Die Kraft der Empfehlung

Empfehlungsmanagement, Teil 2 ■ Das gezielte Erfragen von Empfehlungen kann zu einem enorm effektiven Wachstumshebel für Ihren Vertrieb werden. In der vergangenen Ausgabe sind die ersten Schritte vom gedanklichen Platziern der Frage nach Empfehlungen bis hin zur schließlichen Frage im richtigen Moment beschrieben worden. Jetzt geht es darum, die Antwort zu konkretisieren und ihr erfolgreich nachzugehen. **Linda Vollberg**

■ Schritt 4: Empfehlungen konkretisieren

Nachdem Sie Ihren Kunden danach gefragt haben, ob er jemanden kennt, der in einer ähnlichen Situation ist und beispielsweise damit liebäugelt, sein Bad zu renovieren, oder der anderweitig ebenso von der Zusammenarbeit mit Ihnen profitieren könnte, wird eine Antwort folgen, auf deren Möglichkeiten Sie sich vorbereiten sollten. Die weitaus häufigsten Reaktionen, die eintreten werden, sind die folgenden drei:

- Ihrem Kunden fällt niemand ein.
- Ihr Kunde möchte jetzt nicht darüber sprechen.
- Ihr Kunde nennt Ihnen einen Kontakt oder gleich mehrere Kontakte.

Wenn Ihrem Kunden niemand einfällt, reagieren Sie positiv, helfen Sie ihm, sich an mögliche Kontakte zu erinnern, nennen Sie mögliche Kontaktpunkte, vielleicht ist es 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. Allein aus diesem Grund ist es wichtig, sich das Gespräch nicht bis zur finalen Übergabe aufzusparen, sondern noch weitere natürliche Kontaktpunkte mit dem Kunden in Zukunft zu kennen.

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 Ant-

wort, kann es eine Alternative sein, nach einem Zitat oder einer kurzen Referenz zu fragen: eine positive Äußerung, ein Lob, das Sie bereits während der Zusammenarbeit erhalten haben und zukünftig in Verbindung mit dem Kundennamen auf Ihrer Website oder in Printmedien nutzen dürfen. Sie sollten Ihrem Kunden bei der Formulierung helfen. Beispielsweise so: „Sie haben gesagt, dass Sie ganz begeistert davon sind, wie schnell und pragmatisch wir jederzeit auf Ihre Wünsche eingehen konnten und dabei Ihr Haus fast sauberer am Ende eines Tages verlassen haben als wir es vorgefunden haben. Dürfen wir Sie so zitieren? Solches Feedback von Kunden ist extrem werthaltig für uns. Ich sende Ihnen gleich eine kurze E-Mail mit dem exakten Wortlaut zur Freigabe, wenn es Ihnen recht ist.“ Das Erfragen von Freigaben solch positiver Zitate können Sie jederzeit in der Zusammenarbeit anwenden.

Im besten Fall kann Ihnen Ihr Kunde direkt einen oder gar mehrere Kontakte nennen. Dann gilt es das Vorgehen zu konkretisieren. Stimmen Sie ab, wie Sie auf die Kontakte zugehen können. Legen Sie sich dazu Ihre bevorzugte Art zurecht und schlagen Sie genau diese vor. Ideal ist, wenn Ihr Kunde Sie mit seinem Kontakt vernetzt oder Sie gar vorstellt und Ihnen nicht bloß eine Telefonnummer mitgibt.

■ Schritt 5: Schleifen zu Empfehlungen immer schließen

Sie haben den ursprünglichen Auftrag erfolgreich beendet und den Kontakt zu den empfohlenen Personen aufgenommen. Auch dann sind es die folgenden drei Fälle, die Sie am häufigsten erwarten:

- Die Empfehlung hat kein Interesse.
- Die Empfehlung hat jetzt kein Interesse.

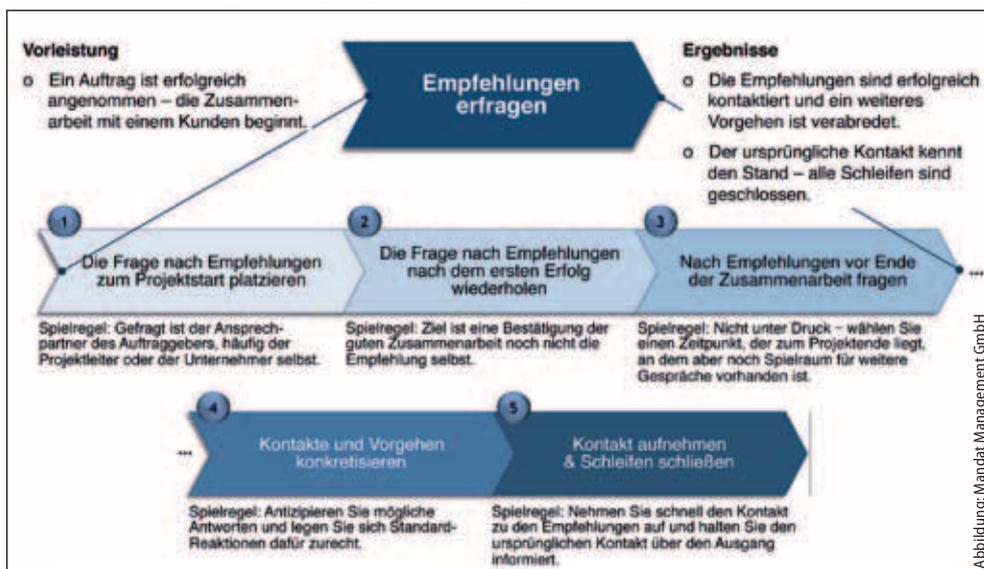
■ Die Empfehlung hat ein Problem, das Sie lösen können.

Bevor Sie sich weiteren Aufträgen nun voll und ganz widmen, folgt der letzte Schritt im Prozess des gezielten Erfragens von Empfehlungen. Schließen Sie die Schleife bei Ihrem ursprünglichen Kunden – ganz gleich, was aus der Empfehlung geworden ist. Jeder, der eine Empfehlung ausspricht, bürgt emotional dafür, dass der empfohlene Dienstleister, Handwerker oder Arzt oder das empfohlene Reiseland, Restaurant oder Produkt gut ist. Somit interessiert es jeden, der eine Empfehlung ausgesprochen hat, ob dieser Tipp Anklang gefunden hat. Auch wenn aus der ausgesprochenen Empfehlung kein neuer Auftrag wurde, kontaktieren Sie Ihren Kunden persönlich oder informieren Sie ihn mindestens per E-Mail, wenn Sie ihn telefonisch nicht erreichen konnten. Im geringsten Fall sprechen Sie einen herzlichen Dank aus und informieren ihn darüber, dass es derzeit zu keiner Zusammen-

Top-Tipps der Redaktion

- ✓ Helfen Sie Ihrem Kunden beim Konkretisieren möglicher Empfehlungen und machen Sie anschauliche Vorschläge für die Kontaktaufnahme nach Ihren Wünschen.
- ✓ Schaffen Sie sich die passenden Situationen, um das persönliche Gespräch zu suchen. Gespräche über Projekterfolge sind ein sehr guter Startpunkt, um Empfehlungen zu erfragen.
- ✓ Das Schließen offener Schleifen zu Ihrem ursprünglichen Kontakt gehört nicht nur zum guten Ton, sondern stärkt die Kundenbeziehung nachhaltig.

Prozess: Empfehlungen gezielt eintragen



Prozess: Empfehlungen gezielt erfragen

gesprochen, so dass Ihr Kunde bei guter Leistung über Sie sprechen wird.

■ Handeln Sie schnell. Wenn Sie eine Empfehlung erhalten, hat diese Priorität. Gehen Sie dem Kontakt umgehend nach. Dies zeugt von Professionalität und drückt Wertschätzung gegenüber Ihrem ursprünglichen Kontakt aus.

■ Reden Sie persönlich mit Ihren Kunden und deren Empfehlungen. Das Erfragen von Empfehlungen und das gezielte Nachgehen sind grundsätzlich kein E-Mail-Thema. Versuchen Sie persönliche Gespräche vor Ort zu nutzen oder nehmen Sie den Hörer in die Hand.

■ Empfehlungen können als Verhandlungselement genutzt werden. Wenn Sie beispielsweise der Annahme sind, dass ein potenzieller Kunde über ein starkes eigenes Netzwerk verfügt und gerade mit Ihnen über das Honorar verhandelt, kann es eine Möglichkeit sein, anzubieten, dass Sie monetär einen Schritt auf Ihren Kunden zugehen, verknüpft mit der Bitte, dass dieser am Ende der Zusammenarbeit Empfehlungen ausspricht – selbstverständlich nur, sofern die Zusammenarbeit gut verläuft. Dabei gelten die Grundsätze des ehrbaren Kaufmanns.

Basis all dessen sind eine erfolgreiche Zusammenarbeit und die hervorragende Leistung der eigenen Mannschaft. Natürlich kann es Konflikte geben, gerade im Rahmen größerer Umbauten oder längerer Projekte; der Umgang mit diesen Konflikten entscheidet dann über die Beziehung und darüber, ob es opportun erscheint, nach Empfehlungen zu fragen.

Gehen Sie mit Humor in jedes Gespräch – sie wollen nichts verkaufen, sie haben einen hohen Wert zu bieten und können Probleme im Netzwerk Ihrer Kunden lösen. ■

arbeit kommen wird. Es wird die Beziehung zu Ihrem ursprünglichen Kontakt festigen.

Versuchen Sie darüber hinaus auch im ersten Moment verträglich anmutende Antworten der empfohlenen Kontakte zu nutzen. Erfragen Sie beispielsweise, ob Sie Personen, die derzeit kein Interesse an einem Austausch haben, unregelmäßig auf dem Laufenden halten dürfen, falls Sie einen Kundenbrief oder Newsletter herausgeben (natürlich datenschutzrechtlich konform), oder erfragen Sie, wann das Thema ungefähr akut wird, und erstellen Sie sich eine Wiedervorlage zur erneuten Kontaktaufnahme zur richtigen Zeit.

Hat der empfohlene Kontakt in der Tat ein Problem, 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, dementsprechend wird er für das Thema grundsätzlich zugänglicher sein. Bereiten Sie sich gut auf den Termin vor, treten Sie professionell und höflich auf, genau so wie bei einem gänzlich fremden Kontakt, den Sie erstmals treffen. Nur weil der Kontakt von einem gemeinsamen Dritten stammt, heißt das nicht, dass Ihre individuelle Beziehung bereits geknüpft ist. Insbesondere jetzt heißt es einen sehr guten Eindruck zu hinterlassen, um den ursprünglichen Kontakt in ein besonders gutes

Licht zu rücken. Das Gegenteil kennt nahezu jeder im Privaten. Es ist unangenehm, wenn man ein Restaurant empfohlen hat und der eigentlich sehr gute Service am Tag, an dem die Freunde endlich das Lokal besuchen, zu dünn besetzt ist.

Fazit und Handwerkszeug

Das Erfragen von Empfehlungen lässt sich mit sehr wenig Zeitaufwand in ohnehin bestehende Abläufe und Gespräche integrieren. Disziplin, ein wenig Mut und Erinnerungsvermögen sind allerdings gefragt, um diesen echten Wachstumshebel für den Geschäftsausbau zu nutzen. Ein wenig Handwerkszeug wird es Ihnen dabei leichter machen:

■ Legen Sie sich für jeden Schritt konkrete Sprachregelungen zurecht. Wie genau wollen Sie Ihren Kunden ansprechen? Selbstverständlich sind diese Sprachregelungen nicht auswendig aufzusagen, aber Sie verleihen Ihnen die nötige Sicherheit im Gespräch.

■ Der Prozess sollte in einer Hand bleiben. Maximal nach dem ersten Schritt ist noch ein Wechsel auf eine ausführende Person möglich. Idealerweise ist es aber immer dieselbe Person, die von Beginn an das Thema Empfehlungen beim Kunden platziert und schließlich auch erfragt.

■ Es wird Kunden geben, die auch nach erneuter Ansprache aktiv keine Empfehlung aussprechen, was Sie akzeptieren sollten. Wenigstens der Gedanke ist aus-

Die Autorin

Linda Vollberg, Senior-Beraterin und Prokuristin, Mandat Managementberatung GmbH, Dortmund, linda.vollberg@mandat.de

www.fliesenundplatten.de

Schlagwort für das Online-Archiv

Unternehmensführung