

Ihre Unternehmer-Perspektive für 2012!

So bekommen Sie loyale Kunden

Sie wollen loyale Kunden? Thilo Wolf gibt Tipps, wie Sie das erreichen.



Sie bestimmen das Tempo und gewinnen das Rennen!

Was ist das eigentlich, Loyalität? Ich werde Ihnen einmal ein paar Synonyme nennen und Sie entscheiden, wie diese auf Sie wirken. Als loyal bezeichnet man jemand, der treu, stetig, beharrlich, zuverlässig und unerschütterlich ist. Außerdem sind solche Menschen zielstrebig, pflichtbewusst und gradlinig. Ich weiß nicht, wie es Ihnen jetzt geht, ich wünsche mir möglichst viele solcher Menschen in meinem Umfeld. Wenn es auch noch Kunden von mir sind, dann könnte ich mein Glück kaum fassen. Ich bin begeistert, denn ich habe solche Kunden. Ist das bei Ihnen als Unternehmerin und Unternehmer genauso oder wünschen Sie sich, dass es so wäre? Wer seine unternehmerische Zukunft erfolgreich gestalten will, der muss stets die treuesten Kunden haben, denn nur so koppeln Sie sich von der allgemeinen Marktentwicklung ab.

Wer loyale Kunden sein Eigen nennen will, der muss zuerst einmal seine eigene Sichtweise ändern. Warum fordere ich das? Ganz einfach, der Kunde hat die Macht. Er bestimmt, wo es lang geht. Er bestimmt, was er erwirbt, bei wem er es erwirbt und er sucht sich den Anbieter aus – und zwar den Anbieter, der zu ihm passt, den er, subjektiv betrachtet, braucht und haben will. Gefühl pur – die zwischenmenschliche Ebene entscheidet, nicht die rationale. Manche Anbieter, Verkäufer, auch Unternehmer, die zufällig beides in einem sind, stoßen hier an ihre Grenzen. Sie stehen vor einer großen Herausforderung. Warum Herausforderung? Nun wir haben eben gerade von Emotionen gesprochen, und das bedeutet, die Chemie zwischen Anbieter und Annehmer muss stimmen. Und wenn nicht? Dann macht das Geschäft, den Abschluss, den Verkauf jemand anderes. Hier müssen wir uns alle fragen, warum ändern wir uns nicht, nehmen diese Herausforderung an und machen gute Geschäfte?

Wann, denken Sie, ist unser Kunde loyal? Wann ist er bereit, nur bei Ihnen zu ordern, obwohl es für ihn monetär und zeitlich einfacher wäre, es woanders zu tun? Ganz einfach – er tut es, weil er von Ihnen, Ihrem Produkt, Ihrer Dienstleistung begeistert ist, und zwar stets aufs Neue.

Unser Kunde muss bei uns durchweg positive Eindrücke sammeln und ein echtes Gefühlsplus erfahren. Wir müssen ihm einen Mehrwert bieten, der nichts mit materiellen Dingen zu tun hat. Wenn unser Kunde Aufmerksamkeit, Anerkennung und Verständnis erfährt, wenn er sich wohl fühlt und er selbst Nutzen aus einer Sache ziehen kann und wir es schaffen, ihn immer wieder zu überraschen und ihm das Gefühl zu geben, seine Gesinnung zu teilen, dann, und nur dann, erfährt er einen immateriellen Mehrwert.

Dies scheint schon eine schwierige Aufgabe zu sein, doch weit gefehlt. Wir haben es in unserem Kundenkreis mit ganz unterschiedlichen, sehr individuellen Menschen zu tun. Das bedeutet für uns, die Loyalität eines Kunden stellt sich immer anders dar, sie ist so unterschiedlich wie die Kunden selbst. Das nenne ich eine Herausforderung!

Betrachten Sie in Zukunft bitte alles, was mittel- und unmittelbar mit Ihren Kunden zu tun hat, mit deren Augen. Schärfen Sie Ihre Sinne und fragen Sie sich: „Bin ich selbst von meiner Leistung, meinem Angebot begeistert?“ Wie wirkt es auf Ihren Kunden? Nur die Unternehmen, denen es tatsächlich gelingt mit allen fünf Sinnen seine Kunden auf- und wahrzunehmen, nur diese werden es schaffen, loyale Kunden zu bekommen und auch dauerhaft zu halten. Nur wer von uns den Kundennutzen erkennt, die Kunden liebt, der hat die allerbesten Chancen, Kundenloyalität zu erhalten. Doch bedenken Sie bitte eines, es gibt kein Patentrezept und schon gar keine Garantie für Loyalität. Wir müssen sie uns stets neu verdienen.

Zur Person



Thilo Wolf, Jahrgang 1966, ist seit 1994 Unternehmer im nordpfälzischen Oberhausen an der Nahe. Der Betriebswirt und Handwerksmeister verfügt über mehr als 20 Jahre Erfahrung in den Bereichen Dentallabor, Handwerk, Seminarwesen, Vertrieb und Management. Als Managementberater und Motivationscoach hat sich Thilo Wolf und die Firma

VPS – Die Beratung auf Handwerksunternehmen und deren Außendarstellung spezialisiert. Eine seiner weiteren Hauptaufgaben liegt nach eigener Aussage darin, die Unternehmerinnen und Unternehmer dieser Betriebe zu stabilen und selbstbewussten Managern auszubilden. Thilo Wolf ist auch Besuchern der VNM-Akademie als Referent bekannt (www.vnm-akademie.de)



Seien Sie bestrebt, die Erwartungen Ihrer Kunden zu übertreffen und überbieten Sie Ihre eigenen Versprechen. Wenn Loyalität gedeihen soll, muss der Boden aus Faszination bestehen. Düngen müssen Sie mit Überraschung und Begeisterungsfähigkeit. Der treue und unerschütterliche Kunde hat, ähnlich wie der liebestrunkene Mensch, die rosa-rote Brille auf. Er sieht nur das Beste und sieht milde über die eine oder andere Unwegsamkeit hinweg. Der Preis, und dieser ist in unserer heutigen Zeit mehr als heiß, ist dann nicht mehr das Entscheidungskriterium Nummer eins. Der Kundenkontakt muss von Ihnen immer gehalten werden. Dazu gehört, wie im privaten Umfeld, sehr gute Kommunikation: intelligent, Vertrauen weckend und Verbundenheit zeigend. Beziehen Sie Ihre Kunden in Ihre Aktivitäten mit ein. Lassen Sie sie mitgestalten und machen Sie sich unentbehrlich. Hier schaffen Sie einen „Suchtfaktor“ bei den Kunden, denn sie sind von Ihnen als Anbieter begeistert und wollen diese fantastische Kooperation nicht mehr missen.

7 Punkte, wie Sie den Suchtfaktor Loyalität steigern:

- Ausschalten von Enttäuschungen und starkem Frust
- Entwerfen eines Zukunftsbildes der Kundenwünsche
- lösungsorientiertes Handeln stets aus Kundensicht
- immer neue Gründe schaffen, um mit Ihnen zu arbeiten
- ein hohes Maß an Sozial- und Emotional-Kompetenz
- Nutzen des Überraschungseffektes
- stetige Entwicklung Ihrer Begeisterungsfähigkeit.

Wer begeistert ist, der erzählt es weiter. Dies ist natürlich auch bei loyalen Kunden so. Laut Umfragen empfehlen knapp 60 Prozent der begeisterten Kunden ihren Stammanbieter weiter. Bei den sporadisch kaufenden Kunden sind es nur 27 Prozent. Was zeigen uns diese Zahlen? Loyale Kunden sind das Wertvollste, das wir als Unternehmer besitzen können. Wenn wir an dem Ein-

malgeschäft interessiert sind, den schnellen Euro machen wollen, verschleudern wir 33 Prozent an Weiterempfehlungen. Aus wirtschaftlicher Sicht absolut sträflich. Deshalb nutzen Sie den Wiederholungs- und Weiterempfehlungseffekt. Wiederholen deswegen, weil unsere loyalen Kunden immer wieder nur bei uns kaufen und weiterempfehlen, weil genau diese Kunden dafür sorgen, dass Menschen aus deren Umfeld ebenfalls unser Angebot nutzen. Jetzt stellen Sie sich bitte dieses herausragende Schneeballprinzip, ausnahmsweise ein sehr positives, vor. Diejenigen, die auf Empfehlung kaufen, sind auch wieder so begeistert von Ihnen, Ihren Produkten und Dienstleistungen, dass sie Sie in ihrem Umfeld, also bei Verwandten, Bekannten und Freunden, weiterempfehlen. Ihre Stammkunden, Ihre aktiven Empfehler, sind Ihr größtes Kapital. Sie müssen stets dafür sorgen, dass Ihre loyalen Kunden von Ihnen und Ihren Dienstleistungen begeistert sind. Nicht wer kündigt oder untreu wird, erhält das beste Angebot, sondern immer diejenigen, die treu und stetig sind.

7 Punkte – das bekommen loyale Kunden:

- den besten Service und die besten Mitarbeiter
- die höchste Aufmerksamkeit und die neusten Ideen
- die exklusivsten Angebote
- den Chef persönlich
- besondere Privilegien
- einzigartige und exklusive Einladungen
- die höchsten Rabatte.

Wenn das der Weg ist, den Sie in der Zukunft gehen wollen, kommen Sie auf uns zu. VPS - Die Beratung kann viel für Sie tun. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen immer tolle Visionen, die Sie dann realisieren werden, wenn Sie einen Plan dazu entwickeln und die richtige Strategie zur Umsetzung haben. Bleiben Sie neugierig, nutzen Sie die Chancen der Veränderung und denken Sie daran: Das Leben ist außergewöhnlich, spannend, attraktiv, hervorragend, toll... ■



Kontakt:

VPS – Die Beratung
 Thilo Wolf, Betriebswirt
 (HWA)
 Untere Kirchgasse 2
 55585 Oberhausen/Nahe
 Telefon (0 67 55) 96 01 4
 Fax (0 67 55) 47 6
 E-Mail info.vps@gmx.de
 Internet
 www.vps-dieberatung.de