

WEITER- EMPFEHLUNGS MARKETING

Warum WEITEREMPFEHLUNGSMARKETING:

83% vertrauen auf persönliche Tipps von Bekannten

Jede dritte Weiterempfehlung führt zu einer Zusammenarbeit

Über 50 % des Geschäftes kommt über Empfehlungen

Es gibt 2 Arten von Empfehlungen:

Passiv, der Kunde der von alleine aus echter Überzeugung kund tut. Jede Empfehlung ist ein Vertrauensbeweis. Wer also plant, sein Empfehlungsgeschäft systematisch aufzubauen, muss einerseits Wert auf absolute Fairness, andererseits Wert auf eindrucksvolle Höchstleistungen legen. Will heißen: Sie müssen auf Ihrem Gebiet bekannt und anerkannt, also Experte und Spitzenleister sein. Empfohlen wird nur, was hervorragend, einzigartig oder aufsehenerregend ist. So kann sich der Empfehler mit Ihnen und seinem Know-how-Vorsprung schmücken - oder einem Freund etwas ganz besonders Gutes tun.



INHALT

Weiterempfehlungsmarketing ...	1
Passive Empfehlungen.....	1
Aktive Empfehlungen	2
Emotion.....	2
Empfehlungsfrage	3
Motivation.....	4
7 Kontakt Regel	4

VERTRIEBSIMPULSE

- XING
- Business Pitch
- Motivation
- Werte & Ziele
- Networking
- Telefonmarketing
- Kundentypen
- Jahresplanung

FEEDBACK

Ich freue mich über dein Feedback oder weitere Ideenvorschläge unter:

MAIL: holm@vertriebsimpulse.com

HOME: www.vertriebsimpulse.com

EMOTION

Empfehlungen sind eine **höchst zwischenmenschliche** Angelegenheit, die Vertrauen zu tun hat, Empfehlungen sind höchste sensibel und emotional.

Ein Geschäftsmann der mit der echten Überzeugung zu helfen, eine Empfehlung ausspricht, empfindet das gleiche wie ein Kind was ein Überraschungsei bekommt. Es kommt bei Beiden zur natürlichen Dopaminausschüttung. eine **Prioritätenliste** zu erstellen.

Aktiv Empfehlungen, der Kunde der durch sie dahin gestupst wird, sie auch aus echter Überzeugung weiterzuempfehlen

1. Wann ist der beste Zeitpunkt für die Empfehlungsfrage? direkt nach dem Kauf!
2. **Wen fragen?** Jeden zufriedenen Kunden, keine schwierigen Nörgler

Zielgruppe kennt Zielgruppe: Yachtbesitzer kennt andere Yachtbesitzer, Lehrer kennen Lehrer, Schwarzgeldmacher kennen Schwarzgeldmacher, Millionär kennt Millionär (jeder Mensch hat ein Beziehungsgeflecht von a. 60 Personen und 2-3 engste Vertraute)

Wie sie nicht nach Empfehlungen fragen sollten:

1. **Keine** finanziellen oder materiellen **Anreize/** schaffe Vertrauen, denn es geht um ein hohes Potential
2. denk an den **Kunden**, nicht an dein Portemonnaie
3. **Lachen:** "Nasenfaktor" Sei authentisch
4. **Lösungen** anbieten: nicht das Produkt
5. Legen Sie ihre positive **Formulierung** fest: Nur offene sind in ähnlicher Lage, wann können wir uns mal treffen!

Eine schlechte Empfehlungsfrage ist besser als gar keine Empfehlungsfrage:

Jeder Frage bringt Dir mehr: Mut + Kontakte + Branchenkenntnisse + Erfolg + Eventeinladungen + Gespräche + Ideen+ Entwicklungsmöglichkeiten + Empfehlungen



DIE ULTIMATIVE EMPFEHLUNGSFRAGE

Legen Sie ihre positive Formulierung als offene Fragen fest:

So wie sie heute hier sind und sich für ... Interessieren ...

So wie es Ihnen wichtig ist Zeit zu sparen ...

So wie in Ihrer Branche der Faktor entscheidend ist und ...

So wie in Ihrer Position ...

3. **Qualifiziere** die Empfehlung: Name, Woher kennen Sie sich, Was ist sein Thema, Wie würdest Du am besten Kontakt aufnehmen,

4. **Kontakt sofort anrufen:** Ich habe gerade mit Herrn .. gesprochen, wir sprachen über... er meint Sie sind in ähnlicher Lage, wann können wir uns mal treffen!

5. **Rückmeldung** an den Empfehlungsgeber, Danke, sympathischer Kerl, ...

6. **Beginne selber** weiterzuempfehlen und lasse dein verkäuferische perpetuum mobile beginnen

1. Lass einfach die Dinge weg, die nichts bringen

MOTIVATION

Mit einer erstklassigen Empfehlung erzielt man Aufmerksamkeit und Anerkennung, erntet Lob und Dank. Mit einem schlechten Rat hingegen riskiert man Spott und Tadel. Nun versetzen wir uns in die Lage eines Empfehlenden. Dank Ihrer Spitzenleistung wird er zusätzliche Wertschätzung von Dritten erfahren. Das wird seine Loyalität weiter stärken. Versagen Sie dagegen, haben Sie vielleicht einen Feind fürs Leben. Im Wesentlichen werden Empfehler aus 2Gründen aktiv:

1. um 'jemand' zu sein, also Bewunderung zu erlangen,
2. um etwas beizutragen, also Dankbarkeit zu erhalten

Kontaktbeispiele:

Telefonate
Einladungen
Termine
Xing Gruppen
Stammtische
Impulsvorträge
Wanderungen
Businessfrühstück
Theater, Konzerte
Sportevents
Seminare
Gesundheitskurse
Erster Hilfe Kurs
Adventskranzbasteln
Whisky Verkostung
Kunden Wettbewerbe
Kunden Laufftreff
Küchenparty
Produktparty
Oktoberfest
Kontaktparty
Motivationskurs

DIE 7 KONTAKTREGEL FÜR DEIN ERFOLG:

Bitte bedenken Sie bei der Kundenakquise dass sie an ihrem potentiellen Kunden, auch lange genug dran bleiben und nicht nach dem 3 oder 4 Kontaktversuch aufgeben, wie die meisten Verkäufer. Ja, es ist vielleicht blöd, wieder anzurufen, aber es bringt Dich mit jedem weiteren Kontaktversuch näher an dein Geschäft mit dem Wunschkunden. Lass Dir also tolle Informationen, Einladungen, Neuerungen einfallen, die Du als Aufhänger für Deine 5,6, und 7 Kontaktaufnahme wählst. Du wirst sehen, dass ein Wunschkunde der Potential hat spätestens bei 7. netten Kontakt mit Dir auch Interesse zeigt.

Kundenakquise die Spaß macht und zum Erfolg führt:

- 1) bestehende Kunden nach PARETO (Umsatz) sortieren und betreuen nach der 7 Kontakt Regel
- 2) Wunschkunden nach PARETO (Potential) sortieren und akquirieren nach der 7 Kontakt Regel
- 3) Zielgruppe kennt Zielgruppe! Kunde kennt Kunde! Frag deine Kunden nach weiteren Kontakten.

PLANEN SIE SICH ERFOLGREICHER MIT IHRENEMPFEHLUNGEN

70.000 Gedanken hat ein Mensch im Schnitt täglich. Drehen sich Ihre Gedanken ständig um die Frage, wer könnte für Sie noch Kontakte haben und der 7 Kontakt Regel?
Setzen Sie sich gleich einen Reminder z.B. auf 09:00 Uhr, 12:00 Uhr, 15:00 Uhr für 2 Wo.

