



Checkliste zum Empfehlungsmarketing

21 +1 Fragen für mehr Empfehlungen

Viele Unternehmer, Berater und Verkäufer halten Empfehlungen immer noch für einen Glücksfall. Die folgende Checkliste dient dazu, dem Glück ein wenig nachzuhelfen und aus Kunden aktive Empfehler zu machen. Ziel ist es, den Anteil der Kunden, die aufgrund einer Empfehlung gewonnen werden, systematisch zu erhöhen. Voraussetzung ist allerdings, dass Sie auf Ihrem Gebiet ein Spitzenleister sind, dem man vertrauen kann. Denn empfohlen werden nur Leistungen, die außergewöhnlich sind und absolut überzeugen. Darüberhinaus brauchen Sie einen Sympathiebonus, denn Menschen empfehlen niemanden, den sie nicht leiden können.

21 +1 Fragen für ein erfolgreiches Empfehlungsmarketing ©	bearbeitet
1. Wer hat Sie schon empfohlen? Haben Sie dazu eine Liste erstellt?	<input type="checkbox"/>
2. Wie haben Sie sich dafür bedankt? Mit einer kleinen ‚Belohnung‘?	<input type="checkbox"/>
3. Weshalb werden Sie weiterempfohlen bzw. weshalb werden Sie <i>nicht</i> empfohlen? Stellen Sie hierzu den Kunden folgende Fragen: <ul style="list-style-type: none"> - Inwieweit können Sie sich vorstellen, uns weiterzuempfehlen? - Und wenn vorstellbar, weshalb genau? - Und wenn nein: weshalb nicht? - Wenn es eine Sache gibt, für die Sie uns garantiert weiterempfehlen können, was wäre das genau für Sie? - Und wenn es eine Sache gibt, für die Sie uns ganz sicher nicht weiterempfehlen können, was ist das konkret für Sie? 	<input type="checkbox"/>
4. In Prozent: Wie viele Ihrer Kunden empfehlen Sie weiter?	<input type="checkbox"/>
5. Welche Empfehler sprechen die wirkungsvollsten Empfehlungen aus? Gibt es dabei typbedingte, branchen- oder geschlechterspezifische bzw. regionale oder nationale Unterschiede?	<input type="checkbox"/>



6.	Wie hoch ist Ihre Abschlussquote bei empfohlenem Geschäft? Und bei nicht empfohlenem?	<input type="checkbox"/>
7.	Mit welcher Wahrscheinlichkeit werden Empfehlungsnehmer selbst zu Empfehlern?	<input type="checkbox"/>
8.	Haben Sie die Empfehler in Ihrer Datenbank als solche markiert?	<input type="checkbox"/>
9.	Geben Sie Ihrem Kunden zu verstehen, dass Sie sich über eine Empfehlung freuen (würden)? Und wenn ja, wie?	<input type="checkbox"/>
10.	Wie viele Kunden sind aufgrund einer Empfehlung zu Ihnen gekommen?	<input type="checkbox"/>
11.	In Prozent: Wie hoch ist Ihre Empfehlungsrate (= Anteil der Kunden, die Sie aufgrund einer Empfehlung gewonnen haben)?	<input type="checkbox"/>
12.	Untersuchen Sie, wie der Empfehlungsprozess im Einzelnen gelaufen ist?	<input type="checkbox"/>
13.	Und haben Sie aus diesen Erkenntnissen schon konkrete weitere Aktionen abgeleitet?	<input type="checkbox"/>
14.	Fragen Sie Ihre Kunden, ob sie andere Personen kennen, die an Ihrer Leistung ebenfalls interessiert sein könnten? Tipp: Versehen Sie Ihren Wunsch mit einer Begründung. Fragen Sie zum Beispiel wie folgt: „Ich möchte expandieren. Wen kennen Sie denn, der sich vielleicht für unser Angebot ebenfalls interessieren könnte?“	<input type="checkbox"/>
15.	Sind Ihre Briefe, Prospekte, Angebote, Rechnungen, Newsletter etc. mit Weiterempfehlungshinweisen versehen?	<input type="checkbox"/>
16.	Hat Ihre Webseite einen WeiterempfehlungslinK? Und Gefällt-mir-Buttons für Facebook und Co.?	<input type="checkbox"/>
17.	Haben Sie Geschichten über erfolgreich verlaufene Empfehlungen parat, die Sie im Kundengespräch unterbringen können?	<input type="checkbox"/>
18.	Sorgen Sie durch außergewöhnliche Aktivitäten für Gesprächsstoff und Mundpropaganda?	<input type="checkbox"/>
19.	Suchen Sie systematisch nach Meinungsführern und Multiplikatoren in Ihrem Umfeld? Und wie versuchen Sie, diese für sich zu gewinnen?	<input type="checkbox"/>
20.	Nutzen Sie Beziehungsnetzwerke im Internet und in der realen Welt für Ihre Empfehlungsarbeit?	<input type="checkbox"/>
21.	Nutzen Sie Testimonials und Referenzen für Ihre Empfehlungsarbeit?	<input type="checkbox"/>
22.	Eigene Idee:	<input type="checkbox"/>



Zur Autorin



Anne M. Schüller ist Management-Consultant und gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Über 20 Jahre lang hat sie in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen internationaler Dienstleistungsunternehmen gearbeitet und dabei mehrere Auszeichnungen erhalten. Die Diplom-Betriebswirtin und neunfache Buchautorin gehört zu den gefragtesten Keynote-Rednern im deutschsprachigen Raum. Sie arbeitet auch als Business-Trainerin und lehrt an mehreren Hochschulen. Sie gehört zum Kreis der ‚Excellent-Speakers‘.

Zu ihren Kunden zählt die Elite der Wirtschaft. **Kontakt: www.anneschueller.de**

Das Buch zum Thema Empfehlungsmarketing



Anne M. Schüller

Das neue Empfehlungsmarketing

Durch Mundpropaganda und Weiterempfehlungen neue Kunden gewinnen

BusinessVillage, 1. Auflage 2015, 300 Seiten

ISBN 978-3-86980-312-9, 29,80 Euro / 40.90 CHF

www.empfehlungsmarketing.cc

Das Hörbuch zum Thema Empfehlungsmarketing



Anne M. Schüller

Der beste Weg zu neuen Kunden.

**Die 25 wertvollsten Erfolgsrezepte für ein gezieltes
Empfehlungsmarketing**

Breuer & Wardin, 1 CD, 72 Min., Preis: 19,90 Euro / 29.90 CHF

ISBN: 978-3-939621-86-7

© 2015 Anne Schüller Marketing Consulting, München, www.anneschueller.de.

Alle Rechte vorbehalten. Dieser Auszug aus meinem Buch ist urheberrechtlich geschützt. Er kann für private Zwecke verwendet und weitergeleitet werden. Er kann honorarfrei übernommen werden für Online-Publikationen, für Newsletter, für firmeninterne Medien sowie für Zeitungen und Zeitschriften mit sehr geringem Budget. Bedingung: Geben Sie mich als Autorin (Anne M. Schüller, www.anneschueller.de) sowie den jeweiligen Buchhinweis an und schicken Sie ein Belegexemplar an: info@anneschueller.de.