



KUNDEN- PFLEGE

Marketing braucht Zeit bis zur Ernte

Bleibe regelmäßig in Kontakt mit Deiner Zielgruppe. Mit Social Media, Newsletter, Mailings, E-Mail Marketing oder persönlichem Kontakt lernt man sich langsam besser kennen. Eine Kundenbeziehung muss aufgebaut werden. Wie im Privaten, so auch im Business. Es ist nicht schlau beim ersten Date einen Heiratsantrag zum machen. Erst mal gucken, wie der andere tickt, was er braucht und mag. Beim zweiten Treffen im Café übernimmst Du die Rechnung usw.

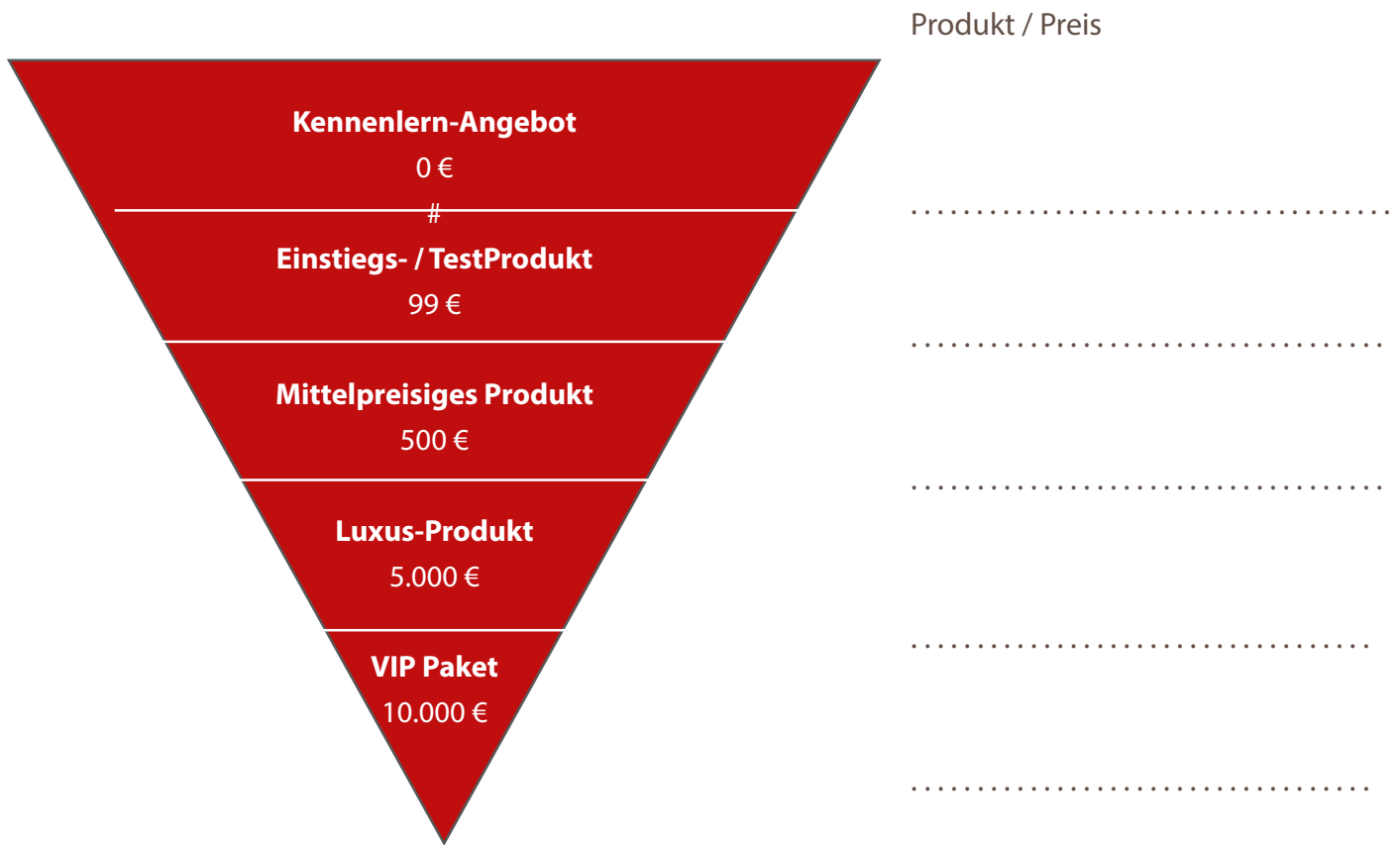


Um Vertrauen aufzubauen biete kostenlose Angebote oder Unterlagen an, um Dich, Deine Qualität und Dienstleistungen kennenzulernen. (Das können E-Books, Checklisten, Tipps oder sonstige hilfreiche Tools mit wertvollem Inhalt sein.)

Aus dem Verkaufstrichter kennst Du das System ja schon. Passe jetzt Deine Produkte und Preise entsprechend an.

Je mehr Vertrauen und je enger / länger die Kundenbeziehung ist, desto teurer wird der Kunde bei Dir einkaufen.

Wie sieht Deine Preis- / Produktpyramide aus, um Deine Zielgruppe enger an Dich zu binden?



Wenn Du Dir ein neues Auto kaufen willst, machst Du auch erst mal eine kostenlose Probefahrt. Was könnte Dein Kennenlern-Angebot sein, um den Interessenten von Dir zu überzeugen?

.....

.....

Was ist Dein günstiges Einstiegs- / Testprodukt und bis wann ist es fertig?

.....

.....

Wie kannst Du sicherstellen, dass Deine bestehenden Kunden von Deinen weiteren Produkten erfahren bzw. mit Dir in Kontakt bleiben. Beispiele sind:

- Newsletter
- Social Media
- Mailing per Post
- Anruf / E-Mail
- Infoabend / Event
- Geburtstags-, Neujahrs-, Oster-, Weltspartag-, Kirschsaison-Karte
- Persönliches Treffen

Sei kreativ und finde Lösungen, um regelmäßig in Kontakt zu bleiben. 1 x pro Monat sollten Deine A- und B-Kunden von Dir hören oder lesen.

JAN

FEB

MÄR

APR

MAI

JUN

JUL

AUG

SEP

OKT

NOV

DEZ

Du solltest zusätzlich regelmäßig ein neues Produkt / Dienstleistung auf den Markt bringen. Deinen guten Kunden wird sonst „langweilig“. Stell Dir Dein Lieblingslokal in Deinem Ort vor. Wenn Du viele Jahre am gleichen Ort wohnst, kennst Du die Speisekarte schnell auswendig. Womöglich verlierst Du die Lust dort hinzugehen. Deshalb ändern gute Restaurants regelmäßig die Karte und bieten eine Wochen- / Tageskarte mit aktuellen, frischen Waren der Saison. In meiner Lieblings Tapas-Bar in München – in die ich seit über 18 Jahren gehe – gibt es einige „Klassiker“ aber auch immer neue Speisen, die ich gerne probiere.

VERÄNDERE AB UND AN DEINE
SPEISEKARTE. SONST WIRD ES DEINEN
STAMMGÄSTEN ZU EINTÖNIG.



Warum Kundenpflege so wichtig ist, verdeutlicht diese Matrix:

Es kostet 10 x mehr Geld und Energie einen neuen Kunden von einem neuen Produkt zu überzeugen, als einen bestehenden Kunden von einem ihm bekannten Produkt.

Wenn Du also mit Leichtigkeit Deinen Umsatz steigern willst, bleibe mit Deinen Kunden in Kontakt. Denn auch hier gilt „aus den Augen aus dem Sinn.“ Der Kunde soll aber bei Deinem Thema genau an Dich denken.

BESTANDSKUNDEN PFLEGEN LOHNT

Die oben genannten Zahlen ergänzt eine Gallup Studie. Diese ergab, dass es den **1-fachen** Aufwand bedeutet, eine bestehende Lösung bei einem bestehenden Kunden zu verkaufen. Dort ein neues Produkt zu positionieren, bedeutet den **3-fachen** Aufwand. **5-facher** Aufwand entsteht, wenn wir ein bestehendes Produkt bei einem ganz neuen Kunden platzieren wollen. Und sollten wir versuchen, bei einem völlig neuen Kunden ein neues Produkt zu verkaufen, so dürfen wir den **10-fachen** Aufwand erwarten.

NEU	3 _x	10 _x
BESTEHEND	1 _x	5 _x
	BESTEHEND	NEU