

* Das iPhone 5 ist nur mit einer entsprechenden SIM-Karte der Telekom nutzbar. Eine Entsperrung ist erst 24 Monate nach Kauf möglich.



Artikel durchsuchen...

- Gründung
- Marketing
- Finanzen
- Management
- IT & Technik
- Recht & Gesetze
- Versicherungen
- Magazin

Videos

Marketing & Vertrieb

| 28. November 2012



Kundenbindung: Warum Sie Ihre Kunden wie Freunde behandeln sollten!



Die einfachen Zeiten sind vorbei: Früher waren viele Käufer Stammkunden aus Tradition und Überzeugung, heute sind Kunden sprunghafter denn je. Inzwischen gibt es in jeder Branche unzählige Anbieter – und dank des Internets ist alles nur einen Klick weit entfernt. Ohne große Mühe können Kunden heute Preise vergleichen und sich aus Hunderten von Angeboten das herausuchen, was am besten zu ihnen passt.

Es ist jedoch nicht mehr alleine der Preis, der den entscheidenden Ausschlag gibt.

Heute sind es auch Werte wie Ehrlichkeit, Authentizität, Wertschätzung und Verlässlichkeit, die Kaufentscheidungen maßgeblich beeinflussen. Kunden sind darauf bedacht, von Unternehmen zu kaufen, deren Wertvorstellungen sie teilen, sie wollen dort kaufen, wo sie sich wohl fühlen. Die entscheidende Frage lautet: Wie schaffen es gerade junge und kleine Unternehmen, sich von der Menge abzuheben? Kunden langfristig an sich zu binden, sie zu ihren Fans und Freunden zu machen? **Kundenbindung** ist heute der Hebel, der über Sieg oder Niederlage entscheidet.

Der Kunde als Freund

Wahrscheinlich fragen Sie sich jetzt, ob Sie richtig gelesen haben: Der Kunde als **Freund**? Der Verkäufer als Freund? Ist das überhaupt möglich? Ja – und nicht nur möglich, sondern es funktioniert. Als erstes sollten Sie sich klar darüber werden, wo die Kernkompetenzen Ihres Unternehmens liegen. Sicherlich gibt es auf dem Markt bereits gleichartige Angebote zu ähnlichen oder günstigeren Preisen. Das ist kein Grund zu verzweifeln, auch wenn Sie als StartUp nicht mit den unglaublichen Angeboten eines großen Unternehmens konkurrieren können. Ihre Stärken liegen an

anderen Stellen: Im Gegensatz zu Großunternehmen können Sie als kleiner Anbieter vor Ort genau auf Ihre Kunden und deren Bedürfnisse eingehen, beispielsweise in Form von kurzfristigen und individuellen Terminabsprachen. Machen Sie sich die Nähe zu Ihren Kunden zu Nutze, finden Sie heraus, warum sie sich für Ihre Produkte entscheiden und konzentrieren Sie sich darauf – so sorgen Sie dafür, dass Ihre Produkte aus der Masse herausstechen.

Überprüfen Sie Ihr Produktportfolio – wirkt es eher unübersichtlich und uneinheitlich, so dass Sie selbst kaum einen Überblick haben? Dann beweisen Sie Mut und trennen Sie

1-Prozent-Regelung 2013

Für Unternehmer: So geht der Fiskus bei privat genutztem Pkw leer aus!

UnternehmensSteuern.de/Aktuell

Google-Anzeigen

WISSEN für alle!



- » Newsletter
- » Magazin-Archiv
- » kostenloses PDF-Abo
- » Print-Abo
- » Metadaten

Was gibt's noch zum Thema?



Erfolg im Vertrieb: Behandeln Sie Ihre Kunden so wie Ihre Freunde!



Warum Sie Ihre Messekontakte wie Ihre Flirts behandeln sollten!



15 Gründe, warum Sie Ihr Geschäftsmodell überprüfen sollten!



Das Ende der Kundenbindung: Kunden

sich von Angeboten, die einen einheitlichen Markenauftritt erschweren! Spezialisierung heißt das Zauberwort: Eine eierlegende Wollmilchsau erregt heute kein Aufsehen mehr, denn fast jedes Unternehmen hat mindestens eines der ehemals seltenen Exemplare im Stall stehen. Fragen Sie Ihre Kunden nach ihren Lieblingsprodukten und was sie besonders daran schätzen – und konzentrieren Sie sich darauf, anstatt sich in Vielfalt zu verrennen.

Weniger ist manchmal mehr: Definieren Sie Ihre Zielgruppe

Was für Produkte gilt, gilt auch für Kunden: Konzentrieren Sie sich auf eine Zielgruppe, deren Wünsche und Ansprüche Sie mit Ihren Produkten erfüllen können. Sie können es nicht allen Recht machen, daher sollten Sie den Mut haben, sich auf eine bestimmte Klientel zu spezialisieren. Kleinere und mittelständische Unternehmen haben die Möglichkeit, viel Wert auf persönlichen und intensiven Kontakt zu legen: Das ist Ihre Chance Kunden zu gewinnen, die großen Wert auf Betreuung und Wohlgefühl legen.

Auch wenn Sie bereits einen Kundenkreis haben, sollten Sie überprüfen, ob Sie eine klar definierte Zielgruppe haben. Finden Sie heraus, welche Gemeinsamkeiten zwischen Ihren besten Kunden bestehen, um sie kennenzulernen. Natürlich werden nicht alle bisherigen Kunden diese Gemeinsamkeiten aufweisen. Daher lässt es sich nicht vermeiden, dass einige alte Kunden Ihnen den Rücken kehren werden, da sie sich von der Ausrichtung auf eine bestimmte Gruppe nicht mehr angesprochen fühlen. Auch wenn Ihnen diese **Kundensegmentierung** schwer fällt, da sie bestehende Kunden nicht verlieren wollen – längerfristig zahlt sich eine solche Strategie aus. Die Erfahrung in nahezu allen Branchen zeigt, dass Spezialisierung rentabel ist. Nischenkunden sind oft hundertprozentig überzeugte Kunden, der Preis ist für sie zweitrangig.

(Bild: © Wild Orchid – Fotolia.de)



lassen sich nicht zur Treue zwingen!



Customer Touchpoint Management:
Begeistern Sie Ihre Kunden! (Teil IV)

Wir haben Bücher!

» Der unternehmer.de-Buchshop



Webolution



Kreativ trotz
Krawatte



facebook-ads

Seite 1 Seite 2



Weiteres zu: community, erfolg, freunde, Freundeskreis, kunden, service, zielgruppe



Jürgen Frey

Jürgen Frey (Giengen) ist Dipl.-Wirtschaftsingenieur und berät als Vertriebsexperte der tempus GmbH Unternehmen unterschiedlichster Branchen. Er war lange Zeit im internationalen Vertrieb tätig und hat Einblick in ein breites Spektrum von Unternehmen – vom Familienbetrieb bis zum Weltmarktführer. Seine langjährige Arbeit im Vertrieb hat ihn alle Tücken des Vertriebsalltags enttarnen lassen, so dass er jetzt zeigt, wie einfach gutes Verkaufen funktioniert: In Vorträgen und Seminaren teilt er seine Expertise und offenbart völlig neue Arbeitsmethoden und Strategien, die wieder Schwung in den Vertrieb bringen und die Effizienz steigern. Er schöpft aus einem großen Schatz an Erfahrung und praktiziert selber, was er lehrt. Vor kurzem erschien sein Buch "Mein Freund, der Kunde – Ohne Tricks und Fallen Kunden gewinnen und behalten".

[Zum Profil von Jürgen Frey](#)

0 Kommentare • 4 Reaktionen

★ 1



Hinterlassen Sie eine Nachricht ...

Diskussion

Gemeinschaft

Teilen #

AUCH AUF UNTERNEHMER.DE

Was ist das? ✕

Warum ein Blog zu jeder guten Social Media Strategie gehört

8 Kommentare • vor 20 Tagen



Jens röge — Kann das auch nur bestätigen. Alleine das durch einen Blog Google quasi Dauergast auf ...

So gewinnen Sie mit Ihrer "Über mich"-Seite Kunden!

1 Kommentar • vor 23 Tagen



E-Elina — Danke!

Konkurrenz-Analyse in 3 Schritten

1 Kommentar • vor 12 Tagen



miroslav ginger — das ist nicht mal die überschrift für's 1x1

9 SEO-Tipps: So finden Sie über Suchmaschinen neue Kunden!

1 Kommentar • vor einem Monat



Till T. Kleinert — Schöne Zusammenfassung der Maßnahmen für ein besseres Ranking in den ...

Comment feed Abonniere via E-Mail

Impressum

AGB

Mediadaten

About

Alle Artikel

Alle Tags

Autor werden

Weitere Angebote: Imagefilm Produktion