

01.02.13: Handwerks-Marketing: Erfolgsgeheimnis Empfehlungs-Management

Zufriedene Kunden als Geschäftsanbahner nutzen / Thielenhaus & Partner: noch erhebliche Defizite bei der professionellen Kundenbindung / Entscheidend: das Gefühl der umfassenden Betreuung / Vertrauen durch menschliche Zuwendung / Regelmäßige Zufriedenheits-Analyse und kreative Kontaktpflege / Kernziel: die Kunden zum Stammkunden machen



Eine der effektivsten Methoden zur Neukundengewinnung wird im deutschen Fachhandwerk noch längst nicht überall konsequent genutzt. Gemeint ist das systematische Empfehlungs-Management, bei dem zufriedene Kunden Bauherren, Modernisierern und Sanierern aus ihrem Umfeld ganz gezielt den als zuverlässig und kompetent erlebten Fachbetrieb ans Herz legen. Der Grund für die diesbezüglich weit verbreitete Untätigkeit: Die Frage, wie sich „Empfeher“ nachhaltig motivieren lassen, erweist sich in der Praxis oft als schwierige zu überwindende Klippe.

Die Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner (T&P), die seit über 25 Jahren erfolgreich im Handwerks-Marketing tätig ist, empfiehlt den Aufbau von auf die einzelnen Betriebe ausgerichteten Kundenbindungssystemen, die die individuellen Stärken bestmöglich nutzen und ergänzen durch oft entscheidende „stilistische“ Zusatzleistungen. Letztlich komme es darauf an, nicht nur die einwandfreie handwerkliche Leistung z. B. in Form eines komplett neuen Bades zu liefern, sondern den Endkunden durch umfassende Betreuung das begründete Gefühl zu vermitteln, persönlich und erstklassig bedient zu werden.

Dazu T&P-Beraterin Susanne Gerlach: „Zahlreiche Untersuchungen zeigen, dass vor allem kaufkraftstarke und anspruchsvolle Endkunden häufig den Mehrwert vermissen, der über die reine Planung und Installation hinausgeht. Vertrauen entsteht über menschliche Zuwendung. Wer diese Erkenntnis im Alltag konsequent umsetzt, hat schon gewonnen.“ Hier eröffnet sich ein weites Aktionsfeld zum kontinuierlichen Kontaktaufbau vom ersten Beratungsgespräch ohne zeitliche Hetze bis zur mit einer Flasche Champagner „veredelten“ Übergabe des blitzsauberen neuen Bades. Wirksamkeitsvoraussetzung sei dabei die Sicherstellung alter Handwerkertugenden wie Pünktlichkeit und Zuverlässigkeit. Den aus Endkundensicht entscheidenden Unterschied schaffe aber das begründete Gefühl, sich in besonders guten Händen zu befinden. Eine ebenso einfache wie bewährte Methode sei, sich während der Realisierung regelmäßig der Zufriedenheit des Bauherrn zu vergewissern.

Professionelle Kundenbindung endet aber, so Susanne Gerlach, nicht mit der Rechnungsstellung: „Natürlich kann man es nicht immer allen recht machen. Im Regelfall gibt es aber eine zentrale, zufriedene Kundengruppe, die eine dauerhafte Betreuung verdient und lohnt. Die Palette der kreativen Kontaktpflege reicht von Geburtstagsglückwünschen und originellen Weihnachtspäsenten über gezielte Hinweise auf Produktneuheiten bis zu persönlichen Einladungen zum Jazz-Frühstücken oder zu Kunstausstellungen. So werden Kunden zu verbundenen Stammkunden, die den Handwerks-Betrieb ihres Vertrauens mit Überzeugung weiterempfehlen.“

Auch in der SHK-Industrie scheint die Umsatzrelevanz von professionellen Kundenbindungs-Strategien im Handwerk noch längst nicht überall erkannt worden zu sein. T&P entwickelt für Hersteller produkt- und unternehmensspezifische Konzepte, die – mit vorgefertigten Aktionsbausteinen für die lokale Kundenpflege – nicht nur den dauerhaften Betriebserfolg im Handwerk verbessern, sondern auch die Verbindungen zwischen Hersteller und lokalen Vertriebspartnern festigen sollen.

Weitere Informationen via www.thielenhaus.de oder bei

[Zurück zur Übersicht](#)

Impressum

Anbieterkennzeichnung gemäß § 6 TDG

SHK-Journal ist eine Aktivität der

Querschiesser Unternehmensberatung GmbH & Co. KG
Treidelweg 6