

Tipps für eine erfolgreiche Kundenbindung

Neben der Neukundengewinnung spielt die Bestandskundenpflege eine immens wichtige Rolle für ein erfolgreiches, umsatzsteigerndes Marketing. Besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist die Pflege der Bestandskunden eine der wichtigsten Maßnahmen im Marketing-Mix: 77% aller Unternehmen setzen während rezessiven Phasen laut Forschungen des Marketing-Pabstes Meffert auf diese Maßnahme. Die folgenden Tipps zeigen Ihnen, worauf Sie achten müssen, um die Kundenbindung zu forcieren und bereits eroberte Kundschaft nicht wieder zu verlieren.

- 1) Qualität garantieren
Käufer sollten (mindestens) die Qualität erhalten, die sie erwarten. Und das zu jedem Zeitpunkt.
- 2) Mehrwert bieten
Bieten Sie Ihren Kunden einen Mehrwert. Er sollte etwas bekommen, was er beispielsweise von Ihrer Konkurrenz oder was ein „einmaliger“ Kunde nicht bekommt. Das können besondere Rabatte, Aktionen, Kundenkarten, Treuepunkte oder ähnliches sein.
- 3) Termine einhalten
Seien Sie im Kundenkontakt pünktlich und zuverlässig.
- 4) Kommunikation aktiv gestalten
Wie in jeder Partnerschaft ist Kommunikation ein wesentlicher Bestandteil. Hierfür gilt es Wege zu finden, mit denen Sie Kunden ansprechen, die bereits einmal bei Ihnen eingekauft haben. Beispielsweise können Sie dies mit einem Newsletter erreichen.
- 5) Kundendatenbanken führen
Richten Sie persönliche Kundenprofile ein und aktualisieren Sie diese regelmäßig.
- 6) Überraschen Sie
Überlegen Sie, wie Sie Ihre (Stamm)Kunden überraschen können. Sei es durch ein kleines Präsent zu einem besonderen Anlass oder durch eine besondere Aktion. Wieso? Überraschungen sorgen für Gesprächsstoff. Denn es ist ja so: Werden wir überrascht – ob positiv oder negativ – erzählen wir es weiter. Also überraschen Sie Ihre Kunden positiv – das sorgt für die beste Mundpropaganda.
- 7) Fachkenntnisse vertiefen
Je umfassender das Fachwissen, desto souveräner die Kundenberatung. Informieren Sie sich über aktuelle Entwicklungen und Trends.
- 8) Feedback holen
Ein Kunde fühlt sich „wichtig“ und ernst genommen, wenn Sie ihm nach seinem Feedback bitten. Feedback einholen ist nicht nur ein effektives Instrument der Kundenbindung, sondern bietet auch eine hervorragende Möglichkeit, sich weiterzuentwickeln und zu profilieren.

- 9) Umgang trainieren
Eine mürrische Begrüßung reicht, um Kunden zu vergraulen. Deshalb: Umgangsformen bei Bedarf in Workshops trainieren.
- 10) Auf Beschwerden reagieren
Ein zufriedener Kunde kann schnell zu einem unzufriedenen Kunden werden. Ist Ihr Kunde unzufrieden und lässt es Sie wissen, reagieren Sie sofort und lassen Sie ihn nicht hängen. Wenn ein Kunde erfährt, dass er mit seiner Beschwerde allein gelassen wird, dann war er mal ein Kunde.
- 11) Nachsorge einplanen
Wenn keine Zeit bleibt, um nach einem Kauf bzw. Auftrag Fragen und Probleme zu besprechen, fühlen sich viele Kunden vernachlässigt und wechseln den Anbieter.
- 12) Kontakt regelmäßig halten
Newsletter, Mailings oder Themenabende helfen, sich beim Stammkunden regelmäßig in Erinnerung zu rufen.
- 13) Konsumbedürfnisse wecken
Laufende Projekte bieten die Chance, weitere Leistungen anzubieten.
- 14) Augen öffnen für Neues
Käufer wissen am besten, was sie von einer Firma wollen. Aus engem Kundenkontakt können deshalb neue Ideen für Produkte bzw. Dienstleistungen entstehen, für die Sie offen sein sollten.
- 15) Mundpropaganda anregen
Belohnen Sie Ihren Kunden für Weiterempfehlungen, am besten mit einer Aufmerksamkeit aus Ihrem Angebot: Zur Weinlieferung etwa ein Korkenzieher; zum vermakelten Büroraum vielleicht ein schönes Visitenkarten-Etui.
- 16) Zeigen Sie Ihre Wertschätzung und Anerkennung
Jeder Mensch möchte Anerkennung und Wertschätzung erfahren. Diese Grundbedürfnisse gilt es auch bei der Kundenbindung zu beachten, z.B. ein Dankeschreiben mit einer persönlichen Ansprache.
- 17) Informieren Sie
Zufriedene Kunden warten auf Informationen. Ein einmal verärgelter Kunde will in der Regel auch keine weiteren Informationen von Ihnen. Informieren Sie Ihre Kunden über neue Angebote, neue Aktionen oder was auch immer. Hier gehört aber auch eine Portion Sensibilität dazu. Zu viel Information kann schnell als aufdringliche und aggressive Werbung empfunden werden.
- 18) Vermitteln Sie positive Werte
Seriosität, Ehrlichkeit, Fairness, Freundlichkeit aber auch Humor sind positive Werte, die Kunden schätzen. Überlegen Sie, wo und wie Sie diese Werte am besten vermitteln können.