

81% der umsatzstarken Deals werden über persönliche Empfehlungen geschlossen

“Nur wie?“ Diese Frage höre ich immer wieder von den Teilnehmern meiner Vorträge und Coachings. Dabei sind es die grundlegenden Dinge, die Voraussetzung dafür sind, erfolgreich Kunden zu gewinnen und so mehr Umsatz zu generieren. Doch es braucht auch ein wenig mehr, um durch Empfehlungen die Kunden ganz automatisch bei Ihnen Schlange stehen zu lassen. Fangen wir an der Basis an.

Finden Sie ein Narrativ

Ihr Narrativ ist das, was Ihr Kunde später über Sie erzählen wird, also Ihre Erzählstory. Das, was er auch Ihren Noch-Nicht-Kunden erzählen wird. Denken Sie dran: Je außergewöhnlicher Sie für Ihren Kunden sind, desto länger verknüpft er das mit Ihnen und Ihrer Leistung. Und desto mehr will Ihr Kunde über Sie reden!

Also: Wie sollen Ihre Kunden über Sie sprechen? Beachten Sie: Es geht nicht darum, was Sie Ihren Kunden erzählen, sondern was Ihre Kunden über Sie erzählen.

- Da gibt es zum Beispiel das “rollende Beratungsbüro“. Der Makler kommt mit seinem luxuriös ausgebauten Van direkt vor die Haustür seiner Kunden und überrascht sie mit frischem Espresso und eleganten Leder Clubsesseln.
- Dann gibt es den Versicherungsmakler, der über 1.000 positive Kundenbewertungen hat.
- Oder der Vermögensberater, der die Gebärdensprache spricht und somit zu den wenigen gehört, der gehörlose Mandanten beraten kann.

In allen Fällen ist die Story weitererzählbar und genau darauf kommt es an: Schaffen Sie Ihr Narrativ, Ihre Erzählstory. Das, was Ihre Kunden gut und gerne über Sie erzählen und mit anderen teilen.

Treffen Sie eine Empfehlungsvereinbarung

Die Empfehlungsvereinbarung wird optimalerweise direkt vor der Beratung geschlossen. Sie ist die Grundlage für das Einlösen der Vereinbarung und wird für die Zukunft getroffen.

Sie fragen sich jetzt berechtigterweise: Warum sollte mein Kunde zustimmen, mich zu empfehlen, bevor ich ihn überhaupt beraten habe? Die Empfehlungsvereinbarung wird mit einer Bedingung getroffen. Ihr Kunde soll Sie weiterempfehlen, WENN er mit Ihrer Beratung zufrieden ist. Und genau DAS ist Bestandteil der Vereinbarung.

Sie zeigen Verantwortung, denn Sie gehen in Vorleistung: Denn nur bei außerordentlicher Zufrieden-

heit wird die Vereinbarung eingelöst. Das macht Eindruck bei Ihren Kunden!

Der Abschluss einer solchen Vereinbarung hat klare Vorteile:

- Sie haben einen guten Gesprächsöffner.
- Sie können zu einem späteren Zeitpunkt darauf zurückkommen.
- Ihr Kunde weiß, dass Sie sich ins Zeug legen werden.

Und so geht's:

1. Gespräch mit einem Kaltkunden. Versuchen Sie es doch mit einer einfachen Frage: „Wussten Sie, dass 98,5% meiner Kunden mich weiterempfehlen?“ Das weiß Ihr Kunde sicher nicht. Dann gehen Sie weiter ins Gespräch: „Wenn Sie zu den 98,5% zufriedenen Kunden gehören, können Sie sich vorstellen, mich ebenso weiterzuempfehlen?“ Ich kann Ihnen versichern, dass auch hier mindestens 98,5% Ihrer Kunden begeistert “JA” sagen werden.
2. Gespräch mit einem empfohlenen Kunden. Fragen Sie Ihren Kunden direkt: „Was denken Sie? Warum hat Sie Herr/Frau XXX an mich empfohlen?“ Ihr Kunde wird Ihnen hier Ihr Narrativ spiegeln und von der Zufriedenheit des Empfehlungsgebers erzählen! Fragen Sie ihn daraufhin: „Können Sie sich vorstellen, mich ebenso wie Herr/Frau XXX weiterzuempfehlen, wenn Sie genauso zufrieden sind?“ Ihr Kunde wird begeistert zustimmen!
3. Gespräch mit einem Bestandskunden. Bei Service- oder Jahresendterminen erfolgt eine Rückschau: „Hand aufs Herz, lieber Herr Kunde. Wie haben Sie unsere Zusammenarbeit bisher erlebt? Was hat Ihnen besonders viel gebracht? Was schätzen Sie sehr? Würden Sie sagen, es war empfehlenswert? Der Kunde wird sagen: „Auf jeden Fall!“

„Das heißt, zufriedene Kunden empfehlen mich weiter. Daher freut es mich sehr, wenn auch Sie mich weiterempfehlen, lieber Kunde.“ Ihr Bestandskunde, seit je-

her mit Ihrer Leistung zufrieden, wird mit Freude seine (erneute) Empfehlung für Sie aussprechen!

Verzaubern Sie Ihre Kunden

Verkauf ist ein logischer und psychologischer Prozess zugleich. Rationell kommen die Menschen ins Nachdenken, aber emotional ins Handeln. Und wir wollen, dass unsere Kunden handeln! Es geht um mehr als darum, dass Sie den Kunden gut beraten. Es geht auch darum, dass Sie die Dinge besonders machen, anders machen!

Seien Sie sich immer bewusst: Mittelmaß wird nicht empfohlen. Normal kann nämlich jeder! Ein Beispiel aus der Praxis: Überraschen Sie Ihren Kunden! Von nun an bekommt Ihr Kunde keine langweilige Terminbestätigung per Mail mehr! Stattdessen: Senden Sie Ihren Kunden eine Videobotschaft! Das ist ein kurzes und knackiges Video von Ihnen, in welchem Sie den ausgemachten Termin bestätigen.

„Lieber Kunde, ich möchte Ihnen hiermit gerne unsere beiden Termine bestätigen. Der erste ist am XXX und der zweite am XXX. Schwerpunkte unseres Gesprächs werden sein – Punkt 1,2,3. Sie halten bitte Ihre Unterlagen bereit. Ich bin mir jetzt schon sicher, dass es ein aufschlussreiches Gespräch für Sie wird! Sie dürfen gespannt sein! Ich freue mich drauf!“

Zeitaufwand inklusive Versand: maximal eine Minute. Positiver Effekt auf Ihren Kunden: eine Ewigkeit! So haben Sie etwas anders gemacht!

Schaffen Sie den richtigen Moment

Okay, Boris Becker glänzte in letzter Zeit weniger durch sportliche Erfolge und machte komische Dinge. Aber davor, zu seiner Zeit als aktiver Tennisprofi, sagte er zum Zeitpunkt, wann der Ball am besten zu Schlagen sei: „Wenn der Ball im Zenit steht“ ... und er muss es wissen!

Bedeutet in unserem Fall: Fordern Sie Feedback von Ihren Kunden ein. Fragen Sie regelmäßig und aktiv nach ihrer Zufriedenheit und bekommen Sie ein Gefühl dafür, WIE zufrieden Ihr Kunde ist. Prüfen Sie also, ob Ihr Ball im Zenit steht.

Das kann sein:

- nach dem Abschluss
- im Servicegespräch
- zum Jahresendgespräch

Schaffen Sie mit dem Einlösen der Empfehlungsvereinbarung genügend Raum. Der Kunde soll genug Zeit und Muße haben, seine Vereinbarung einzulösen. Sprechen Sie Ihren Kunden dann so an, dass er zwei, drei oder sogar vier weitere Personen anspricht und seine Empfehlung für Sie ausspricht. Diese Personen werden sich bei Ihnen melden!

Sie fragen sich, wie Sie Ihre Kunden ansprechen sollen? Das genaue Wording dazu finden Sie übrigens in meinem Online-Kurs: www.endlich-empfehlungen.de.



Roger Rankel

Freuen Sie sich auf Ihre ersten Anfragen

Ihr zufriedener Kunde wird Sie jetzt an Freunde und ausgewählte Bekannte weiterempfehlen. Eben jene Kontakte, die eine Beratung mit Ihnen verdient haben. Sie können Ihrem Kunden als Dankeschön für die Empfehlung eine kleine Aufmerksamkeit in Aussicht stellen. Zum Beispiel: Wenn sich drei Empfohlene binnen drei Tagen bei Ihnen melden, laden Sie ihn zum Essen ein!

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen alles Gute und viele Empfehlungen!

•

Von Roger Rankel

Rankel ist „der Verkaufstrainer der Finanzdienstleister“. Jährlich hält er 150 Vorträge. Real & digital. Er gilt als der Experte für Empfehlungs- und Onlinemarketing. Seine Bücher werden Bestseller. Mehr unter: www.roger-rankel.de