



## So funktioniert Empfehlungsmarketing heute<sup>1</sup>

Roger Rankel und Marcus Neisen sind beide Vertriebs-Profis, Verkaufs-Coaches, Bestseller-Autoren - und gute Selbstvermarkter. Sie gelten im deutsch-sprachigen Raum als Spezialisten für Neukundengewinnung und sind gesuchte Vertriebstrainer.

Der einfachste und effektivste Weg zu neuen Kunden sei auch im Internet-Zeitalter immer noch die persönliche Empfehlung, sagen die Autoren. Aktuelle Studien über die Wirksamkeit von Werbeformen zeigen: Für fast 90% der Befragten ist die persönliche Empfehlung das stärkste Argument bei einer Kaufentscheidung.

„Top-Verkäufer sind Top-Kommunikatoren“, wird uns in Erinnerung gerufen. Damit wir unser Handwerk beherrschen, muss uns bewusst sein, dass wir eben „Maul-Werker“ sind und da spielt die aufs Wesentliche reduzierte Kommunikation die entscheidende Rolle: „Perfektion ist nicht dann erreicht, wenn man nichts mehr hinzufügen, sondern wenn man nichts mehr weglassen kann.“ (Antoine de Saint-Exupéry)



Das Autorenteam demonstriert systematisch und je nach Kundentyp (Neukunde auf Empfehlung, Bestandskunde etc), mit welchen Sätzen, in welcher Reihenfolge und welcher Fragetechnik am sinnvollsten vorzugehen ist. Detailgetreu, mit begründeter Wortwahl und immer wieder, damit es in Fleisch und Blut übergeht. Denn nur regelmässiges Training macht den Meister!

Man muss besser sein, als es der Kunde erwartet. Mittelmass wird schliesslich nicht empfohlen! Es geht also um einen gewissen „Kult-Faktor“: KULT steht für **K**undenverblüffung (etwas Überraschendes tun), **U**nterhaltsamkeit (ein Erlebnis bieten), **L**ebensfreude (Für Sonnenschein sorgen) und **T**eilhabe (Kunden miteinbeziehen). Wenn Sie es schaffen, Ihrem Kunden etwas Spannendes, Aussergewöhnliches oder Beeindruckendes zu bieten, erzählt er über Sie: „Du glaubst nicht, was mir gestern passiert ist....“

Zugegeben, mit dem vorgestellten Empfehlungsprinzip „Neukunden zum Nulltarif“ holt man altgediente Profi-Berater nicht hinterm Ofen hervor, da ist viel alter Wein in neuen Schläuchen. Trotzdem ist es erfrischend, es aus anderer Perspektive bestätigt zu bekommen und nimmt die Praxistipps zu Einwandsbehandlungen, Small Talk und Timing und wie man zu vielversprechenden, qualifizierten Empfehlungen kommt, gerne entgegen.

„Angst und Unlust sind oft nichts anderes als mangelnde Vorbereitung“, sagen die Autoren, Und: „Beim Empfehlungsmarketing ist es wie beim Fliegen: Am Start brauchen Sie am meisten Energie.“ Oder wie es Altmeister Friedrich Dürrenmatt ausdrückte: Je planmässiger die Menschen vorgehen, desto wirksamer vermag sie der Zufall zu treffen.

© Reto Spring  
Finanzplaner mit eidg. Fachausweis  
Präsident Finanzplaner Verband Schweiz, Zollikon

<sup>1</sup> Roger Rankel und Marcus Neisen (2013) So funktioniert Empfehlungsmarketing heute - Der einfachste Weg, neue Kunden zu gewinnen, GABAL Verlag, Offenbach, 2013, ISBN 978-3-86936-478-0