



Erfolgreiche Kundenbindung

16.3.2021

Daniel Habegger Nydegger

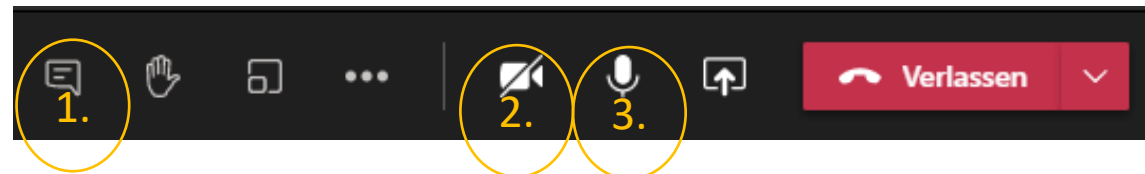


Herzlich Willkommen!

Kundenbindung

Start: 18.30 Uhr

Daniel Habegger, BrainGold AG



Sie haben eine Frage? Bitte melden Sie sich einfach mit Name und Unternehmung.

1. Chatsymbol = Sie können schriftlich Fragen stellen.
2. Kamera = durchgestrichenes Symbol, Kamera ist deaktiviert.
3. Mikrofon = während der Präsentation deaktivieren (anklicken).



Wer ist hier?

Daniel Habegger, Unternehmer und Fachhochschuldozent

Konsumgüter-, Industriegut- und Dienstleistungen vermarktet





Dank Kundenbindung erfolgreich verkaufen: Wie geht das?





Methodik

Ein Mix aus:

- Beispielen von verschiedenen Firmen
- Eigenen, persönlichen Erfahrungen
- Fragen beantworten und Dialog





Ziele von heute

Kundenbindung, wie geht das?

Einblick in die Denkhaltung: Vom Kunde her denken.

Ideen: Wie kann Kundenbindung umgesetzt werden?

Wissen, wie erfolgreicher Verkauf «funktioniert» und wie Kommunikation wirksam wird.



Film zum einstimmen

Adobe

<https://www.youtube.com/watch?v=N1ltwg2nTK4>



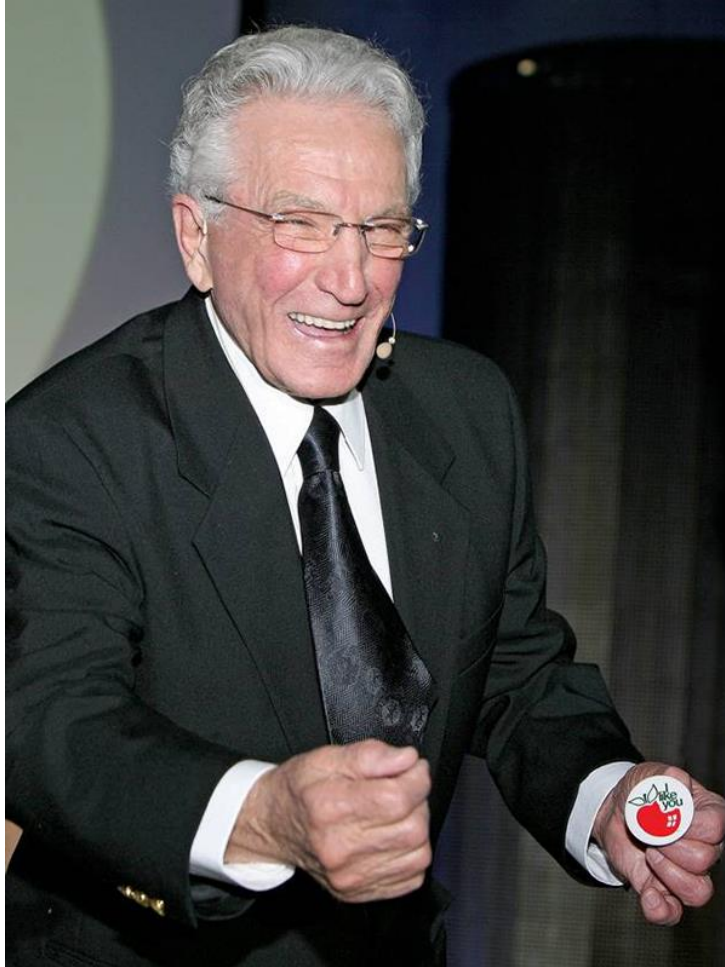


Von den Besten lernen





Von den Besten lernen



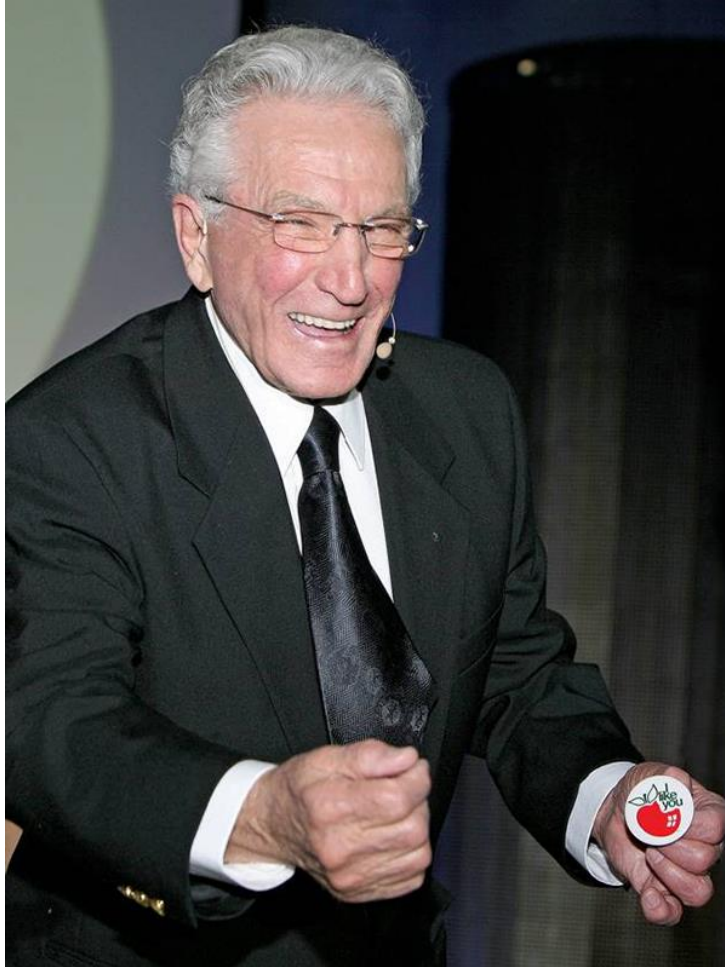
Joe Girard

Laut Guinness-Buch der Rekorde:
Bester Autoverkäufer der Welt.

Er verkaufte 13'001 neue Autos in 15 Jahren –
durchschnittlich sechs pro Tag.



Was machte ihn so erfolgreich?



Joe Girard machte drei Dinge besonders gut:

Systematisches Vorgehen

Wertschätzung

Mit den Kunden in Kontakt bleiben



Systematisches Vorgehen

Beispiele:

- AIDA
- Etwas im Kopf der Kunden auslösen – Wissen wie Marketing funktioniert.
- Wissen wie Kommunikation funktioniert (einmal ist keinmal)
- Verkaufsprozess kennen und beispielsweise vorteilhaft verhandeln, die Abschlussphase beherrschen und konsequent nachfassen.



Wertschätzung

«Geben Sie den Kunden das Gefühl, geschätzt zu werden», sagt Girard.

«Sobald Sie das erreicht haben, sind es die Kunden, die Sie schätzen werden.» Wenn ein Kunde in seine Garage kam, sei es egal gewesen, ob er ihn fünf Jahre oder fünf Tage nicht mehr gesehen habe. «Ich gab ihm das Gefühl, als ob ich ihn erst gestern zuletzt gesehen und ihn wirklich vermisst habe.»

Dabei sei es wichtig, aufrichtig zu sein und den Kunden nicht zu belügen. «Die Zeit des Kunden ist wertvoll und er ist nicht an falschen Komplimenten interessiert», betont er.



Wertschätzung

- Um Kunden kümmern und vermissen, wenn sie nicht da sind.
- Kunden schätzen, Menschen lieben
- Ehrlichkeit, echte Wertschätzung



Mit den Kunden in Kontakt bleiben

«Meine Kunden waren wie eine Familie für mich», sagt Girard und betont, dass sich Kunden immer sicher sein wollen, dass man sich um sie kümmert.

Sein Rat daher: Die Beziehung pflegen – und zwar oft.

«Konstante Verstärkung ist der Schlüssel. Lassen Sie sie wissen, wie wichtig sie sind und dass Sie an sie denken.»

Bei Girard sah dies so aus: Er verschickte jeden Monat Tausende von Grusskarten an seine Kunden. Seine Kunden sollten sich besonders fühlen und wissen, dass er sie nicht für selbstverständlich hält.



Mit den Kunden in Kontakt bleiben

Kontaktmöglichkeiten können unterschiedlich sein.

Alles passiert im Kopf! Deshalb vorab: Wie hilft Marketing beim Verkaufen?



Wie wirkt Marketing?

T-Shirt 100% Baumwolle





Wie wirkt Marketing?

GH Aktuelles | Garage Härtsch AG | kik T-Shirt | Tolle Angebote jetzt an | +

https://www.kik.de/s/t-shirt-51110022.html?c_id=245&colorId=111002212000

Wir verwenden Cookies, um einen bestmöglichen Service zu gewährleisten. Beim Weitersurfen stimmst Du der [Cookie-Nutzung](#) zu.


kik Suche nach Produkten und Themen

Filialen Wunschliste Warenkorb Profil

Neu Damen Herren Große Größen Mädchen Jungen Zuhause Sale Magazin

← Zurück

Produktbilder
Produktbeschreibung



Identic
T-Shirt
Rundhalsausschnitt

2,99 € inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten

Farbe: weiß

Wähle Deine Größe (Größentabelle)

S 44/46	M 48/50	L 52/54	XL 56/58	XXL 60/62
------------	------------	------------	-------------	--------------

- 1 +

In den Warenkorb

Lieferung in 2-5 Werktagen (Standardversand)
Lieferung nur innerhalb Deutschlands

Über uns | Kontakt | Häufige Fragen | Datenschutz | Impressum



Wie wirkt Marketing?

GH Aktuelles | Garage Härtsch AG | weisses tshirt Luxus - Google | T-Shirt von CIRCOLO 1901 bei |

https://www.breuning.com/ch/marken/circolo-1901/t-shirt/1000967731/p/?variant=c26a450acb78d371423af0125d3de9d9

CIRCOLO 1901
T-Shirt
~~CHF 200~~ **CHF 140**
inkl. 7.7% Mwst., keine zusätzlichen Zollgebühren, Verzollungs- und Versandkosten.

Farbe: WEISS

Bitte Größe wählen > Welche Größe passt mir?

Sofort lieferbar

In den Warenkorb **Merken**

Entspannt zuhause entscheiden
Sollte das neue Lieblingsstück oder Weihnachtsgeschenk doch nicht gefallen, können Sie Bestellungen ab dem 01.11.20 bis zum 30.01.21 kostenlos & komfortabel zurückschicken.

Produktdetails **Versand & Lieferung**

Beschreibung

- Gerader Schnitt
- Gerippter Rundhalsausschnitt
- Ribbündchen an Ärmeln und Saum
- Reine Baumwolle
- Made in Italy

Material & Pflege
Material: 100% Baumwolle
Pflegehinweise:



Warum wird so viel für ein weisses T-Shirt bezahlt?

Wir kaufen nicht, was wir haben wollen,
wir konsumieren, was wir sein möchten.

John Hegarty

Sagt den Leuten nicht, wie gut ihr die Güter macht,
sagt ihnen, wie gut eure Güter sie machen.

Leo Burnett



Suche den Unterschied

Seat Alhambra versus VW Sharan



2.0 T 39'550.--



2.0 T 45'050.--



Harley Davidson

«HD verkauft ein Lebensgefühl. Das Motorrad gibt's gratis dazu.»





Wer telefoniert mit welcher Marke?





Was macht(e) Apple besser als seine Mitbewerber?





Wie funktioniert's?

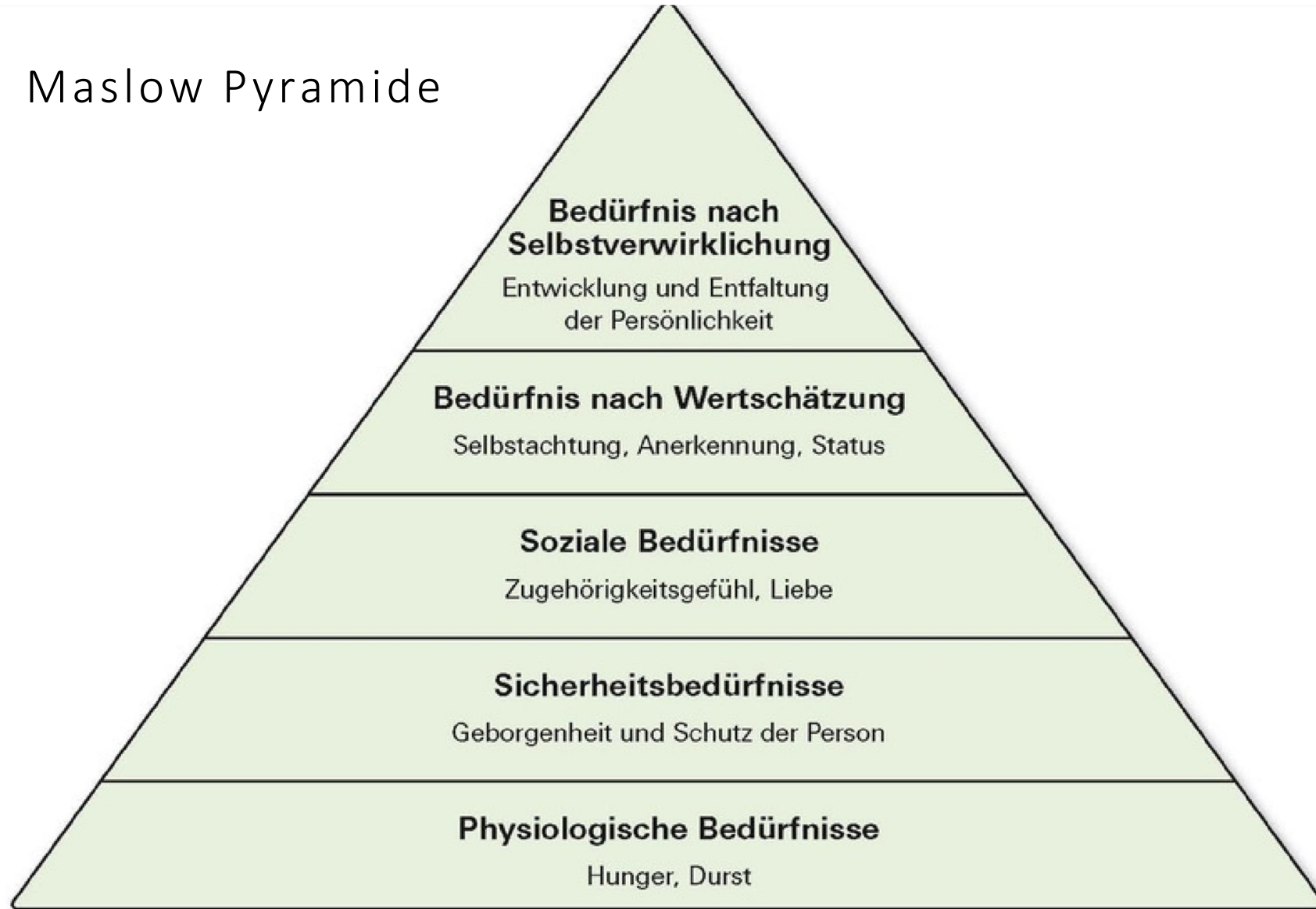
«Marketing passiert im Kopf!»

Media Markt[®]

Fragen Sie sich: Was soll der Kunden denken, wenn er an Ihre Firma denkt und wie erreichen Sie dies?



Maslow Pyramide





Systematik

1. Analysephase
2. Zieldefinition
3. Strategie und Massnahmenentwicklung
4. Umsetzungsplanung mit Kontrolle

Machen Sie einen Plan, wie Sie verkaufen und kommunizieren wollen!



Systematik

1. Analysephase Was will der Kunde genau?
2. Zieldefinition Welche Ziel haben wir?
Was soll der Kunde wissen? Bekanntheitsgrad/Umsatz/Gewinn/Kundenzufriedenheit
3. Strategie und Massnahmenentwicklung (Wie, mit welchem Budget will ich das Ziel erreichen?)
4. Umsetzungsplanung mit Kontrolle



Systematik

1. Produkt/Marke kennen
2. Wissen wofür das Produkt/die Marke steht. Was kann das Produkt mir Gutes tun?
3. Wunsch wecken
4. Action



Marketingzitat «Peter F. Drucker»

„Kunst des Marketings ist, den Kunden zu verstehen und die Produkte den Bedürfnissen an zu passen.

Gutes Marketing macht verkaufen unnötig“



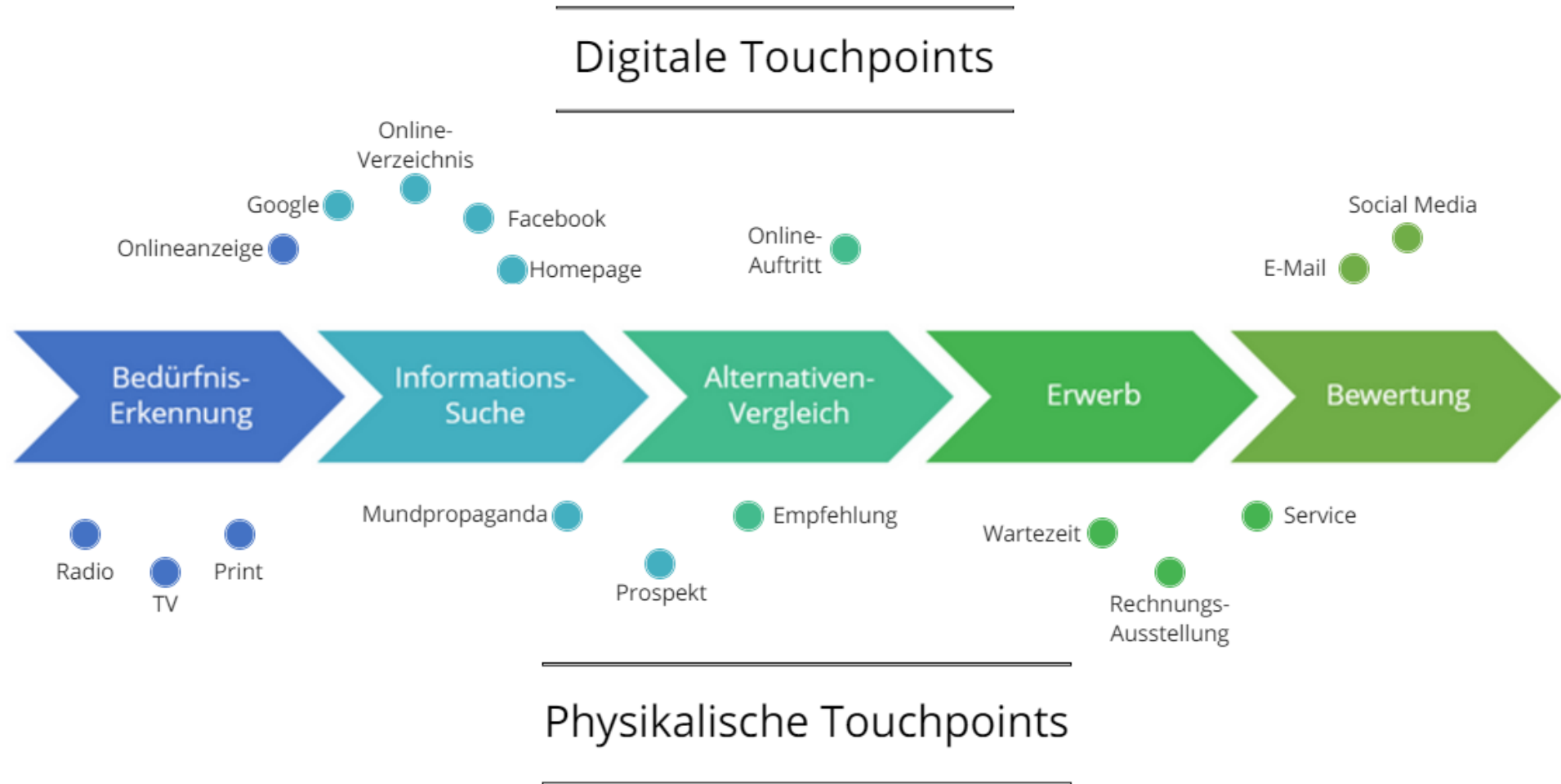
Marketingzitate

„Wenn Sie einen Dollar in Ihr Unternehmen stecken wollen, so müssen Sie einen weiteren bereithalten, um das bekannt zu machen.“ (Henry Ford)

Das Beste Produkt nützt nichts, wenn niemand weiß, dass es dieses Produkt gibt!



Wo und wie haben wir als Betrieb Kundenkontakt?





Was passiert im Kopf des Kunden:

- Wenn er auf unsere Homepage kommt
- Wenn er bei uns ankommt? Parkplatz, «Magnet»
- Wenn er unsere Firma betritt?
- Wenn er eine Offerte erhält und den Zuschlag gibt?
- Während der Auftragsausführung?
- Nach dem Kauf?

Spürt der Kunde überall unsere Wertschätzung?



Verkaufsprozess:

- Begrüssung
- Bedürfnis ermitteln
- Verkaufsargumente/Gegenargumente
- Verhandlung/Nachfassen
- Abschluss
- Nach dem Kauf



Möglichkeiten

Outside-in-Perspektive 3R (Bruhn)

3R's	Recruitment	Retention	Recovery
4P's	Kundenakquisition mit Fokus Kundendialog	Kundenbindung mit Fokus Kundenzufriedenheit	Kundenrückgewinnung mit Fokus Wechselbarrieren
Product	Verpackungsgestaltung Produktzusatznutzen Markierung Produktverbesserung	Produktdifferenzierung Servicestandards Sortimentsbreite Garantien	Productinnovation Value Added Services Produktverbesserung Individuelle Leistungen
Price	Niedrigpreis Sonderangebote Boni/Skonti Finanzierungsangebote	Opt. Preis/Leistungsverh. Preisgarantien Preisbündelung	Rabatte/Boni Einmalige Zahlung bei Wiederaufnahme Sonderkonditionen
Promotion	Direct Mailing Verkaufsförderung Massenkommunikation mit Dialogfunktion	Kundenzeitschriften Direct Mail Sponsoring Kundenclubs	Direct Mail Telefonmarketing Persönliches Gespräch Einladung/Events
Place	Produktsampling POS Aktionen Direktvertrieb Verkaufsgespräche	Direct Mail Direktvertrieb regelmässige AD-Besuche Lieferservice	Exklusivvertrieb Aussendiensteeinsatz Key Account Management Online-Vertrieb



Beispiele

Autogaragen gratulieren, wenn der Besitzer (oder das Auto) Geburtstag hat.

Wer gratuliert zum 10 Jährigen Jubiläum des Ofens?

Welche Verbrauchsartikel kann ich fördern, um mit den Kunden in Kontakt zu bleiben?

Reinigungsartikel, Pflegeartikel, Servicepaket?

Nutzen Sie die Chancen...



Wichtige Disziplinen von erfolgreichen Firmen

Vom Kunde her denken. Was braucht/will der Kunde wirklich?

Eine gute Systematik/Strategie und optimale Kommunikation (emotional & anders)

Mit Wertschätzung Emotionen wecken

Fans statt Kunden

Konsequent «dran bleiben»

- Was für Verbrauchsartikel habe ich?
- Wie kann ich im Kontakt bleiben? Aktiv/Inaktiv
- Wie fasse ich nach?



Fragen?

Herzlichen Dank!

BrainGold AG, 6300 Zug

041 710 89 00

Daniel Habegger Nydegger

079 234 00 25

habegger@brain.gold

