

11. August 2015, 10:28

Berater

Langfristige Kundenbeziehung: Nachbereitung ist das A und O

Ihr Kunde hat nach einigen Verhandlungen zugestimmt, sein Geld bei Ihnen anzulegen und sein Autogramm unter den vorbereiteten Vertrag gesetzt? Herzlichen Glückwunsch! Damit haben Sie die größte Hürde genommen. Doch Vorsicht: Sie sind noch nicht am Ziel. Die eigentliche Arbeit beginnt jetzt erst.

Die Limbeck-Kolumne



"Entscheidend ist jetzt vor allem, dass Sie Ihrem Kunden vermitteln, dass er die richtige Entscheidung getroffen hat".

Nun ist es Ihre Aufgabe, ihm zu zeigen, dass Sie sich um sein Anliegen kümmern. Schließlich bedeutet die Unterschrift, dass er Ihnen sein Vertrauen schenkt. Also enttäuschen Sie ihn nicht.

Denn der Abschluss ist nicht das Ende, sondern der Beginn einer Kundenbeziehung. Damit daraus eine lange und glückliche Partnerschaft und keine kurzzeitige Affäre wird, müssen Sie dranbleiben.

Nach Abschluss Funkstille geht nicht

Viele Verkäufer kommunizieren bis zum Abschluss sehr intensiv – dann herrscht auf einmal totale Funkstille. Informationen über die Bearbeitung des Antrages oder den Stand der Bestellung? Fehlanzeige. Aus meiner Sicht ein absoluter Fauxpas.

Mehr zum Thema Kundengewinnung



Jeff Bezos und der leere Stuhl oder warum Ihr Kunde kaufen sollte



Fünf Sätze, die Ihren Umsatz verdoppeln



Nicht gekauft hat er schon: Keine Angst vor der Abschlussfrage

Denn Sie sollten niemals vergessen, was im Kleingedruckten steht: Es besteht auch immer noch die Möglichkeit, dass der Kunde seinen Auftrag widerruft. Damit das nicht geschieht, müssen Sie hellwach sein und Ihr Gegenüber mit ebenso viel Freundlichkeit, Höflichkeit und Respekt behandeln wie beim ersten Kontakt.

Entscheidend ist jetzt vor allem, dass Sie Ihrem Kunden vermitteln, dass er die richtige Entscheidung getroffen hat. Sicher kennen Sie das selbst: Sie haben eine nicht gerade günstige Anschaffung getätigt und grübeln dann abends im Bett darüber, ob das wirklich richtig war. Hätte es nicht auch die günstigere Variante getan?

Seite zwei: [Keine leeren Floskeln](#)

Weiter lesen: [1](#) [2](#) [3](#) [4](#)

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Kundengewinnung
Berater

Startseite

Kontakt

11. August 2015, 10:28

Berater

Langfristige Kundenbeziehung: Nachbereitung ist das A und O

Genauso geht es auch Ihren Kunden – wir sind schließlich alle nur Menschen. Nach dem Abschluss dürfen Sie Ihren Klienten daher nicht einfach alleine lassen. Er braucht jetzt volle Sicherheit. Gerade wenn es um Geldanlagen, Wertpapiere oder Aktien geht, vertraut er Ihnen eine nicht unerhebliche Summe Geld an. Mal ehrlich – in der Situation möchten Sie doch auch genau wissen, was als nächstes passiert, oder?

Signalisieren Sie ihm, dass bei Ihnen alles in besten Händen ist, in dem Sie etwa sagen "Ihr Auftrag wird so schnell wie möglich bei uns erfasst werden." Terminieren Sie außerdem nächste Schritte, um zusätzliche Sicherheit zu vermitteln: "Sie erhalten zu Beginn der neuen Woche eine schriftliche Bestätigung von mir".

Mehr zum Thema Coaching für Finanzberater



Verbandsmitgliedschaften:
Werden Sie aktiv



Low Performer weiterbilden
in sieben Schritten



Mitarbeiterführung:
Feedback geben – aber richtig

Und: Meinen Sie es auch so. Leere Floskeln wird Ihr Gegenüber schnell durchschauen. Wenn der zugesagte Rückruf ausbleibt und auf mehrere E-Mails nur das Schweigen im Wald folgt, fühlt sich der Kunde im Stich gelassen und ist unzufrieden. Logisch, schließlich hat er nach Ihren Versprechungen deutlich mehr erwartet. Und dann nochmal die Kurve zu kriegen, braucht es meist ein exzellentes Beschwerdemanagement. Besser: Sie lassen es gar nicht so weit kommen.

Bringen Sie den Auftrag ins Rollen

Auftrag in der Tasche, Zeit die Füße hochzulegen? Wer mit dieser Einstellung ans Verkaufen rangeht, braucht sich über unzufriedene und abtrünnige Kunden nicht wundern. Das Zauberwort heißt "systematische Nachbetreuung" – für einige Verkäufer leider immer noch ein Fremdwort.

Jetzt liegt es an Ihnen zu beweisen, dass Sie Ihre Versprechungen auch in Taten umsetzen können. Häufig habe ich an dieser Stelle in meinen Seminaren jammernde Teilnehmer, die sich beschweren, dass sie keine Zeit für dieses "Pampering" hätten. Schließlich müssten Sie eine Quote erfüllen und sich so schnell wie möglich auf die Jagd nach neuen Kunden begeben. Das ist eindeutig zu kurz gedacht.

Schätzungen haben ergeben, dass es für Unternehmen fünfmal günstiger ist, einen bestehenden Kunden zu halten, als einen neuen Kunden zu gewinnen. Und welche Kunden bleiben treu? Richtig, natürlich nur die, die zufrieden und im Idealfall begeistert sind.

Seite drei: [Mit drei Schritten zum durchdachten After-Sales-Service](#)

Weiter lesen: 1 2 3 4

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Kundengewinnung
Berater

Startseite

Kontakt

11. August 2015, 10:28

Berater

Langfristige Kundenbeziehung: Nachbereitung ist das A und O

Und die Entstehung eben dieser Begeisterung ist es, die Sie nach dem erfolgten Vertragsabschluss selbst beeinflussen können. Mit den folgenden drei Schritten gelingt es Ihnen spielend, ein leicht abzuarbeitendes System in Ihren After-Sales-Service zu bekommen:

1. *Analysieren Sie das Verkaufsgespräch*
2. *Erfassen und Verarbeiten Sie die Daten des Kunden*
3. *Planen Sie die Maßnahmen der Kundenbindung*

Die Nachbereitung des Verkaufsgesprächs ist nicht minder wichtig als alle vorausgehenden Gespräche, die Sie geführt haben. Denn von Ihrer sorgfältigen und detaillierten Auswertung der Ergebnisse hängt ab, ob der Auftrag auch ganz im Sinne des Kunden ausgeführt wird.

Meistgelesen im Ressort Versicherungen



Indexpolizen: Welcher Index darf es sein?



Armutsfalle psychische Erkrankungen



PKV-Tarifwechsel: Versicherer darf Risikozuschläge erheben

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema
Kundengewinnung
Berater

Startseite

Kontakt

Persönliche Gesprächseindrücke notieren

Gerade Neukunden werden schon bei kleinsten Abweichungen vom vereinbarten Fahrplan unsicher. Ein einfacher Weg, das zu vermeiden: Notieren Sie sich direkt nach dem Termin die Ergebnisse und Ihre persönliche Gesprächseindrücke. Sie können auch schnell ein Memo in Ihr Smartphone sprechen. Hauptsache, Sie halten alles fest, solange die Erinnerung noch frisch ist.

Seite vier: [Tipps für eine gute Kundenbeziehung](#)

Weiter lesen: 1 2 3 4

11. August 2015, 10:28

Berater

Langfristige Kundenbeziehung: Nachbereitung ist das A und O

Pflegen Sie als nächstes alle gewonnenen Daten in Ihr CRM-System oder Ihre Vertriebsdatenbank ein. Natürlich ist das eine lästige Aufgabe – doch glauben Sie mir, es lohnt sich. Das professionelle Sammeln und Auswerten von Kundendaten ist für den langfristigen Vertriebs Erfolg unabdingbar.

Hobbys merken

Wichtige Daten sind unter anderem Terminzusagen, die Sie im Gespräch mit dem Kunden getroffen haben, ebenso die vereinbarten Konditionen, Serviceleistungen und etwaige Sonderwünsche des Klienten. Ihr Kunde spricht über seine Familie oder ein Hobby, das ihm sehr am Herzen liegt? Ohren spitzen! Was glauben Sie, wie sich Ihr Kunde freut, wenn Sie ihm beim nächsten Gespräch zum Erfolg seines Lieblingsvereins am vergangenen Wochenende gratulieren? Glauben Sie mir, sowas kommt immer gut an.

Meistgelesen im Ressort Berater



Maklerpool-Hitliste: Gute Aussichten



34i GewO: Alte-Hasen-Regelung verschärft



MLP: Matthias Lautenschläger neuer Aufsichtsrat

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema
Kundengewinnung
Berater

Startseite

Kontakt

Hier noch einige weitere Tipps für eine gute Kundenbeziehung:

-> "Bei dringenden Fragen können Sie sich jederzeit an mich wenden." Zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie es auch so meinen und geben Sie ihnen nicht nur Ihre Standard-Kontaktdaten, sondern auch Ihre private Handynummer.

-> Hören Sie genau hin, worauf der Kunde Wert legt. Er möchte zum Beispiel alle Unterlagen vor seinem bald anstehenden Urlaub zusammen haben, damit er dann den Kopf frei hat? Sorgen Sie dafür, dass die Bearbeitung seines Vertrages vorgezogen wird, um ihm diesen Wunsch zu erfüllen.

-> Bleiben Sie auf jeden Fall in Kontakt. Lassen Sie Ihren Kunden gezielt Informationen zukommen: Studien zum Thema, aktuelle Testberichte, Updates, neues Zubehör... Aktivieren Sie Ihre Mitarbeit und Kontaktfreudigkeit.

-> Veranstalten Sie Events, die Mehrwert bieten: Kundenseminare zu neuen Produkten oder Verfahren, Jubiläumsfeiern, Tage der offenen Tür, Hausmessen oder Kundenstammtische zu aktuellen Produkt- und Servicethemen.

-> Melden Sie sich bei Ihren Kunden, wenn diese es nicht erwarten. Eine Karte oder ein Anruf zum Geburtstag – der Tipp hat langsam echt einen Bart. Wie wäre es stattdessen mit einem kleinen Dankeschön zum einjährigen Kundenjubiläum? Damit sorgen Sie garantiert für echte Freude.

Salesleaders 2015 am 20. November in Wien. Hier können Sie sich anmelden.

Martin Limbeck ist einer der renommiertesten Business-Speaker und Verkaufs-Experten auf internationaler Ebene. Er ist seit mehr als 20 Jahren Verkaufs- und Managementtrainer. Limbeck ist Inhaber der Martin Limbeck® Training Group, Lehrbeauftragter im Bereich Sales Management an der ESB Business School in Reutlingen sowie Dozent in der Führungskräfteweiterbildung der Universität St. Gallen. Er ist Mitglied des Club 55 und des Top-Trainer-Teams Salesleaders.

Foto: Nils Schwarz – Martin Limbeck Trainings

Weiter lesen: 1 2 3 4