

Berater

Bestandskundenpflege: So bleiben Ihre Kunden Ihnen treu

Was tun Sie für Ihre Bestandskundenpflege? Bei vielen Unternehmen sieht es leider düster aus, sobald dieses Thema zur Sprache kommt. Topverkäufer nutzen gute Ideen, um ihre anspruchsvollen Kunden immer wieder zu begeistern – so bleiben Ihnen Ihre Kunden treu.

Die Limbeck-Kolumne



"Sicher haben Sie schon mal vom Gesetz der Reziprozität gehört. Genau das sollten Sie sich bei Ihrer Bestandskundenpflege zu Nutzen machen."

Im Laufe der Jahre konnte ich eins immer wieder feststellen: Sobald der Kunde den Vertrag unterschrieben hat, sind die meisten Verkäufer gedanklich schon wieder weg.

Mal ehrlich – wie würden Sie sich da als Kunde fühlen? Wertschätzung sieht definitiv anders aus. Hier wird häufig zu kurz gedacht. Nur weil Sie gerade einen neuen Kunden gewonnen haben, heißt das noch lange nicht, dass er es auch für immer bleiben wird.

Nicht nur jagen, sondern auch sammeln

Zur Entschuldigung können Sie vielleicht noch vorbringen, dass es zwei Arten von Verkäufern gibt: Jäger und Sammler. Der Jäger nutzt jede Gelegenheit, um neue Kontakte anzubahnen und einen Abschluss herbeizuführen.

Mehr zum Thema Coaching für Finanzberater



Schwierige Kunden überzeugen mit der Wegzieh-Falle



Ohne Drehbuch keinen Blockbuster: In eine gründliche Vorbereitung investieren



Customer-Value-Selling: Erfolgsfaktor Kundennutzen

Er hat Visitenkarten und Terminkalender sofort griffbereit und liebt es, bei jeder Gelegenheit an seinen Akquisetechniken zu feilen. Allerdings langweilt sich der Jäger auch schnell. Sobald der Kunde unter Dach und Fach ist, macht er sich sofort wieder davon.

Anders ist dagegen der Sammler: Er ist ein Teamplayer und ein geborener Key-Accounter, der lieber bestehende Kundenbeziehungen gern und gewissenhaft pflegt, als selbst hinaus in die Savanne zu ziehen.

Unschlagbares Team

Was meinen Sie, welcher dieser beiden Typen ist wohl der erfolgreichere?

Seite zwei: Mit Überraschungen ins Herz des Kunden

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

Berater

Bestandskundenpflege: So bleiben Ihre Kunden Ihnen treu

Ich verrate es Ihnen: Darauf kommt es überhaupt nicht an.

Erfolgreiche Unternehmen brauchen in ihrem Vertriebsteam beide Typen, denn zusammen bilden sie ein unschlagbares Team. Sie sind ein klassischer Jäger? Das ist dennoch keine Entschuldigung dafür, wenn Sie den Kundenkontakt schleifen lassen.

Mehr zum Thema Kundengewinnung



Auch als Jäger können Sie an sich arbeiten. Denn die allerbesten Spitzenverkäufer beherrschen sowohl Akquise als auch Bestandskundenpflege so gut, dass sie gewissermaßen eine "All-in-one-Verkaufsmannschaft" sind.

Mit Überraschungen ins Herz des Kunden

Ich möchte Ihnen gerne eine kurze Anekdote erzählen: Als ich kürzlich vor einem Seminar ins Hotel eincheckte und auf mein Zimmer ging, musste ich kurz stutzen. Auf dem Bett stand nämlich ein kleiner Korb.

Und nein, nicht der 08/15 Obstkorb, an den Sie jetzt vielleicht denken. Darin befand sich stattdessen eine Auswahl an verschiedenen Sorten Lakritz und eine handgeschriebene Karte, in der mir der Hotelchef einen angenehmen Aufenthalt wünschte. Und darunter noch eine Telefonnummer mit dem Hinweis, dass ich ihn jederzeit erreichen könnte, wenn ich einen Wunsch hätte.

Wow, das nenne ich mal Extrameile. Da hatte sich tatsächlich jemand die Mühe gemacht, ausführlich zu recherchieren und nachzufragen – ich esse Lakritz nämlich wahnsinnig gern. Was meinen Sie, bei welchem Hotel werde ich wohl eine Übernachtung buchen, wenn ich das nächste Mal in der Stadt bin?

Es sind genau diese originellen Ideen, mit denen Sie Ihre Kunden immer wieder überraschen und begeistern können.

Seite drei: "Do ut des" – Gehen Sie Vorleistung

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema
Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

Berater

Bestandskundenpflege: So bleiben Ihre Kunden Ihnen treu

Also fragen Sie sich einmal selbst, wie können Sie Ihren langjährigen Kunden Gutes tun? Versuchen Sie dabei, um die Ecke zu denken. Gute Ideen müssen nicht mal teuer sein – es ist die Geste, die unbezahlbar ist.

Meistgelesen im Ressort Immobilien



In diesen Städten überholen Immobilienpreise die Einkommen



Postbank-Studie: Jede vierte Großstadt hat besonders niedrige Immobilienpreise



Selbstgenutzte Immobilie: So gehen Käufer richtig vor

“Do ut des” – Gehen Sie Vorleistung

Sicher haben Sie schon mal vom Gesetz der Reziprozität gehört. Genau das sollten Sie sich bei Ihrer Bestandskundenpflege zu Nutzen machen.

Das Prinzip ist wahrscheinlich so alt wie die Menschheit, schon die Römer haben nach dem Motto “do ut des” – ich gebe, damit du gibst – miteinander gehandelt.

Dahinter steckt ein einfacher, jedoch genialer Gedanke. Egal, ob es sich um ein kleines Geschenk, eine Aufmerksamkeit oder einen Extra-Service handelt: Wenn Sie Ihrem Kunden etwas “schenken”, ist das niemals umsonst. Auch wenn es zuerst so aussehen mag.

Es ist nämlich wissenschaftlich belegt, dass wir Menschen uns unbewusst verpflichtet fühlen, dem Gegenüber dafür eine Gegenleistung zu erbringen.

Womit können Sie in Vorleistung gehen und Ihre Kunden positiv überraschen? Das fängt schon bei vermeintlichen Kleinigkeiten an:

-> Sie haben einen Kundentermin vereinbart, um über eine Anschlussfinanzierung zu sprechen? Sorgen Sie dafür, dass sich Ihr Gesprächspartner willkommen fühlt. Es wirkt schon Wunder, wenn Sie statt der Plätzchen aus dem Discounter frische Kekse vom Bäcker reichen, eine Schale mit Gummibärchen hinstellen und zur Abwechslung auch mal frisch gepressten Saft anbieten. Das alles kostet nicht viel, bewirkt jedoch, dass sich Ihr Kunde umsorgt fühlt.

Seite vier: [Topverkäufer nutzen gute Ideen](#)

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema

Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt

Berater

Bestandskundenpflege: So bleiben Ihre Kunden Ihnen treu

-> Wie wäre es mit einem Überraschungsbesuch? Ihr Kunde sitzt in einem Industriegebiet, in dem Sie gerade einen Termin hatten? Dann nehmen Sie sich einfach eine halbe Stunde, um auf einen Kaffee vorbeizuschauen – völlig ohne Verkaufsabsicht. Fragen Sie nach, ob alles in Ordnung ist; damit haben Sie direkt einen Stein im Brett bei Ihrem Ansprechpartner.

Meistgelesen im Ressort Berater



Verkaufen mit Leads – die große Lüge



Fintechs: Knip stellt neuen CFO vor



Ergo Beratung und Vertrieb AG mit neuem Vertriebsleiter

-> Notieren Sie Ihrem frischgebackenen Kunden Ihre private Handynummer auf der Rückseite Ihrer Visitenkarte und überreichen Sie sie ihm mit dem Hinweis, dass er Sie gerne unter dieser Nummer anrufen kann, wenn er außerhalb der Geschäftszeiten noch eine Rückfrage zu seiner Altersvorsorge hat. Ich garantiere Ihnen, dass er Sie mit 95-prozentiger Wahrscheinlichkeit niemals privat anrufen wird. Doch mit Sicherheit wird er seinem Nachbarn oder Tenniskumpel von diesem tollen Service berichten.

-> Wichtige Kunden zum Geburtstag anzurufen ist ein Muss. Und daher eigentlich schon ein alter Hut. Gratulieren Sie Ihren Geschäftspartnern daher zu weniger offensichtlichen Jubiläen – zum Beispiel der ein-, zwei- oder fünfjährigen Zusammenarbeit. So können Sie sich für das Ihnen geschenkte Vertrauen bedanken und dem Kunden gleichzeitig auch die Länge und Tiefe der Beziehung ins Gedächtnis rufen. Dicke Pluspunkte auf Ihrem Beziehungskonto garantiert.

Topverkäufer nutzen gute Ideen, um ihre anspruchsvollen Kunden immer wieder zu überraschen und zu begeistern – so bleiben Ihnen Ihre Kunden treu.

Verlässlich, aufmerksam, erreichbar zu sein, Kundenwünsche zu erfüllen, das ist Pflicht. Neue, originelle und ungewöhnliche Ideen für Kunden sind dagegen die Kür, die Spitzenverkäufer von guten Verkäufern unterscheidet. Also legen Sie los.

SALESLEADERS 2016 am 4. Juni in Mülheim an der Ruhr – jetzt anmelden.

Der Vertriebsevent des Jahres geht in eine neue Runde. Nach den ausverkauften Events der Vorjahre liefern die SALESLEADERS Martin Limbeck und Andreas Buhr erneut geballtes Vertriebswissen. Welche Faktoren braucht es für den ganz großen Erfolg im Vertrieb? Wie kommen Verkäufer von den großen Vorsätzen endlich ins Tun? Sieben Spitzenreferenten präsentieren in motivierenden Impulsvorträgen ihre praxiserprobten Tools für mehr Erfolg in Führung und Verkauf.

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

Drucken
Weiterleiten
Kommentieren

Teilen bei



Mehr zum Thema
Coaching für Finanzberater
Berater

Startseite

Kontakt