

So bekommen Sie 11-mal mehr Empfehlungen

Teilen Sie Ihre Kunden immer noch in „Kunden“ und „Nicht-Kunden“ ein? Ja. Dann erweitern Sie jetzt um eine Kategorie. Riesen Potenzial liegt nämlich in den „Noch-Nicht-Kunden“! Doch woher kommen diese „Noch-Nicht-Kunden“?

In jedem Ihrer zufriedenen Kunden steckt ein einflussreicher Fürsprecher: jemand, der positiv über und für Sie spricht. Dieser Fürsprecher „triggert“ mögliche Neukunden an – mit einer Glaubwürdigkeit, die man nicht für Geld kaufen kann.

Die Für-Sie-Sprecher

Nehmen wir an, Sie betreuen 100 Kunden. Jeder dieser Kunden hat auch Bezugspersonen. Vielleicht eine, zwei oder vielleicht sogar drei ganz enge Bezugspersonen. Das heißt für Sie: 200 bis 300 „Noch-nicht-Kunden“, die nur einen einzigen Kontaktpunkt entfernt sind. Einen einzigen! Um dieses Potential zu nutzen, müssen Sie natür-

lich irgendwie mit den „Noch-nicht-Kunden“ in Kontakt kommen. Hier bringen Sie Ihre Bestandskunden ins Spiel. Sie müssen Ihre Kunden zu Fürsprechern machen. Und zwar im wahrsten Sinne des Wortes: Für-Sie-Sprecher. Bei jeder passenden Gelegenheit soll der Kunde ihr Loblied singen. Oder anders ausgedrückt: Empfehlungen aussprechen und gute Bewertungen hinterlassen. Das Beste an Fürsprechern: Sie verlangen keine Gegenleistung! Fürsprecher empfehlen Sie, weil sie von Ihnen und Ihrer Leistung überzeugt und begeistert sind. Nicht zu toppen und unbezahlbar. In einer Zeit, in der man sogar Klicks, Leads und Likes kaufen kann, ist sowas einzigartig. Höchste Zeit also, den Wert Ihrer Kunden noch besser und ergebnisorientierter einzusetzen – als Fürsprecher. Das bringt Vorteile.



Fürsprecher kaufen immer wieder

Manch ein Finanzberater hat tatsächlich eine Vertragsdichte von 7,5 pro Kunde. Bedeutet: Im Durchschnitt hat ein Kunde 7,5 Verträge bei ihm abgeschlossen. Das ist schon richtig beeindruckend! Aber wie macht der das? Durch eine Produktauswahl, die gut abgestimmt ist und ineinandergreift – Up- und Cross-Selling! Eine umfassende Beratung dazu lässt Kunden immer wieder kaufen. Heißt für Sie: Je höher die Wertschöpfung aus Ihrem Kundenstamm, desto effizienter machen Sie Umsatz.

Der Fünf-Sterne-Fürsprecher

Bewertungen bekommen ist nicht schwer: durch Ihre eigene Website, auf bekannten Bewertungsportalen wie WhoFinance oder ProvenExpert, bei Google oder auf diversen Social-Media-Plattformen. Jede gute Bewertung ist vielversprechend. Fragen Sie beim nächsten Gespräch Ihren zufriedenen Kunden, „wie“ zufrieden er ist. Bitten Sie den Kunden direkt um eine Empfehlung. Eins ist sicher: Zufriedene Kunden geben positives Feedback! Gute Bewertungen sind der Umsatzturbo für Finanzdienstleister. Berater können nicht mehr allein mit Fachwissen punkten. Kunden finden alle Infos frei im Netz. Ganz alleine. Berater werden gebraucht, um das beste Paket zu schnüren. Ihre Kompetenz liegt bei gutem Service und individueller Beratung. Diese Qualität, Ihre Kernkompetenz, können Sie per Bewertung dokumentieren. Sonst nirgends. Echt (gute) Bewertungen kann man nicht kaufen. Nur leisten. Das wissen auch Ihre Noch-Nicht-Kunden.

Weiterempfehlen ... lassen!

Ein zufriedener Kunde empfiehlt Sie seinem Nachbarn beim Straßenfest weiter. Dieser Nachbar wird Sie mit 86 %-iger Wahrscheinlichkeit erstmal googeln. Wahrscheinlich klickt er auf Ihre Website. Auf Ihrer Website sieht der Nachbar nun die vielen guten Bewertungen, was mit großer Wahrscheinlichkeit dazu führen wird, dass er Kontakt zu Ihnen aufnimmt. Dieses Phänomen nennt man die „Weisheit der Vielen“. Zusammen wissen wir eben alle mehr. Toller Nebeneffekt: Es wird nicht nur Ihr Kunde zum Fürsprecher, sondern viele weitere unterstützen seine Empfehlung und geben ihr so noch mehr Glaubwürdigkeit.

Teilen ist das neue Empfehlen

Die moderne Kaufforschung hat es bestätigt: Menschen teilen gerne. Richtig gerne. Deshalb: Teilen ist das neue Empfehlen. Viele Kunden wollen nicht mehr (nur) auf die alte Art empfehlen. Sie wollen teilen. Jeder teilt heute die ganze Zeit: mitteilen, wo wir sind und was wir machen. Fotos oder Videos an Freunde weiterleiten. Erfahrungen teilen. Jeder Besuch beim/vom Dienstleister, jedes Pro-

Wie gut ist eigentlich Ihre Website?

Leser der finanzwelt können exklusiv ihren Gratis Website-Check anfordern. Die Agentur Website-Helden (by Roger Rankel) checkt zwölf wichtige Punkte, die eine gute Website ausmachen.

Einfach E-Mail an: service@roger-rankel.de

dukt und jede Erfahrung wird bewertet. Alle teilen Ihre Informationen, Eindrücke, Erfahrungen und Erlebnissen. Teilen ist sozial. Teilen ist super wichtig! Und Sie können davon profitieren – mit einem kleinen, aber genialen Tool.

Neuerung im Internet

Der WEBSITE-TEILEN-Button. Bewertet der Kunde Sie, müssen Sie folgende Ansprache vorprogrammieren: „Herr Kunde, vielen Dank für die tolle Rückmeldung. Mich würde es freuen, wenn Sie diese gute Erfahrung teilen. Deswegen habe ich auf meiner Website einen Button, der ‚Website teilen‘ heißt. Drücken Sie einfach drauf und schon öffnet sich ein Outlook-Fenster. Schreiben Sie einfach Ihrem besten Freund, Schwager oder Arbeitskollegen eine E-Mail mit dem Link zu meiner Website. Diese ist übrigens schon voreingestellt.“ Schreibt Ihr Kunde also seinen Bruder, Nachbarn oder Arbeitskollegen an, läuft das beispielsweise so: Eine Mail von Nachbar zu Nachbar wird zu 99 % geöffnet. Er liest dann diese Nachricht: „Hallo Stefan, ich möchte dir diesen Top-Finanzberater empfehlen. Der schnürt dir echt ein Super-Paket. Schau dir den mal an.“ Darunter der Link zu Ihrem Internetauftritt. Stefan klickt diesen Link. Schaut sich Ihre Website an. Jackpot! Ein potenzieller Kunde auf Ihrer Website. Einer der schon Gutes über Sie gehört hat obendrein. Dafür müssen Sie sonst lange akquirieren, was Sie in diesem Fall so gut wie keine Mühe gekostet hat. Am besten haben Sie jetzt auch noch ein spannendes Robo-Tool, um Stefan auf der Website zu halten: einen Lebenszeitrechner, einen Zinsezinskalkulator, ein Begrüßungsvideo und natürlich jede Menge Fünf-Sterne-Bewertungen. Dann benutzt Stefan wahrscheinlich auch den praktischen Online-Terminkalender, den Sie auf Ihrer Seite haben – und macht sich, kurz vor der Spotschau, noch einen persönlichen Termin für nächste Woche bei Ihnen... ganz einfach! Kurzum: Eine gute Website ist mittlerweile der beste Verkäufer im Unternehmen!



Roger Rankel

Verkaufstrainer

Experte für Kundengewinnung