

das gewünschte Sicherheitsbedürfnis geboten werden.

• Kaufentscheidungen werden von Kunden immer emotionaler getroffen: Weinbaubetriebe müssen und können dem Kunden das liefern, was er bei Aldi, Lidl und Co. nicht erhält, den emotionalen Zusatznutzen. Kunden freuen sich über Wertschätzung, über menschliche Zuwendung und Aufmerksamkeit, über das Gefühl des Verstanden-Werdens, Gut-Aufgehoben-Seins. In Zeiten, in denen sehr viele Dienstleistungen durch Technik ersetzt werden und das einzig Gewisse die Ungewissheit ist, werden diese vertrauten Ankerpunkte immer wichtiger. Darin liegt die große Chance der Selbstvermarkter.

Erwartungen der Kunden übertreffen, Überraschungen bieten

Kunden haben an ein Produkt oder an eine Dienstleistung ganz bestimmte Erwartungen. Diese können sich auf den Preis, den Service, das Angebot und vieles mehr

beziehen. Das Ohr am Kunden haben, die vielbeschworene Kundennähe praktizieren und die Identifikation mit den Bedürfnissen des Kunden sind die wichtigsten Bausteine bei der Formulierung und Festlegung der Angebote des Unternehmens. Die Durchführung permanenter Kundenbefragungen in Form des persönlichen Gesprächs oder durch Maßnahmen des Direkt-Marketings, z.B. einer schriftlichen Befragung, ist dabei zwingend notwendig.

Die meisten Kunden empfinden das Interesse an der Ermittlung ihrer individuellen Bedürfnisse äußerst positiv. Sie sehen es als Aufwertung ihrer Person und erhalten das Gefühl, dass der Unternehmer an einer langen Kundenbeziehung interessiert ist. Damit werden Kundenverbundenheit und Kundentreue produziert.

Überraschungen sind ideale Auslöser für Empfehlungen, denn Kunden positiv zu überraschen, ist schon fast eine Garantie, dass diese es weitererzählen. Kundenbegeisterung entsteht durch Außergewöhnliches, durch kleine ausgefallene Extras und Leistungen, durch den Sinn für das Besondere

Arten des Empfehlungsmarketings

Negatives Empfehlungsmarketing

Positive Mundpropaganda kann zu großem Gewinn verhelfen, Negative ist sehr gefährlich und kann ganze Unternehmen zerstören. Imageschädigende Geschichten verbreiten sich unglaublich schnell. Unzufriedene Kunden kehren dem Unternehmen nicht nur den Rücken, sie erzählen ihre schlechten Erfahrungen weiter, um ihrem Ärger Luft zu verschaffen.

Deshalb müssen enttäuschte Kunden dazu animiert werden zu sagen, weshalb sie nicht zufrieden waren. Reklamationen bieten exzellente Chancen für betriebliches Wachstum und stellen die Kunden langfristig zufrieden.

Nie ist die Gelegenheit, einen begeisterten Stammkunden und Weiterempfehlen zu gewinnen größer als im Beschwerdefall.

Aktives Empfehlungsmarketing

Aktives Empfehlungsgespräch kann bedeuten, dem Kunden im Verlauf einer netten Unterhaltung oder des Verkaufsgesprächs zu erklären, dass man sich über eine Weiterempfehlung freut. Aktives Empfehlungsmarketing bedeutet für viele Verkäufer eine Überwindung, manche haben sogar Angst davor, nach Empfehlungen zu fragen. Doch der Hinweis auf eine Empfehlung ist ein wesentlicher Bestandteil erfolgreichen Verkaufens. Nur wenn eine Empfehlung ausgesprochen wurde ist das Verkaufsgespräch komplett. Die Weiterempfehlung kann dem Kunden auch erleichtert werden, indem Visitenkarten, Postkarten, Hofprospekte, Angebotslisten, Produktproben zum Verteilen an Interessierte im Bekanntenkreis bereitgestellt werden.

Passives Empfehlungsmarketing

Als passives Empfehlungsmarketing wird das bezeichnet, was ein Unternehmen tun kann und muss, um automatisch und unaufgefordert vom Kunden weiterempfohlen zu werden. Jemand ist also von einem neuen Produkt oder einer Dienstleistung überzeugt und möchte dieses Neue auch anderen Bekannten oder Kollegen zugänglich machen. Er sendet deshalb eine "Botschaft" ohne einen Impuls von Seiten des Unternehmens aus. Um die Anzahl der passiven Empfehlungen zu erhöhen, ist der Weiterempfehlungsprozess gezielt auszulösen, indem: empfehlungswerte Leistungen geschaffen, die Kundenerwartungen nicht nur erfüllt, sondern übertroffen werden und der Kunde ständig mit Leistungen, die er nicht erwartet, überrascht wird.

Kälte ist kein Zustand. Kälte ist ein Prozess. Kaltgärung auch.

Nur gradgenau regelbare Permanent-Kühlung setzt Gäraromen und Inhaltsstoffe der Traube vollständig und intensiv frei.

Unsere modernen Kühlwasser-Rückkühl-Aggregate sorgen für eine optimale Weinkühlung - vom Most über die Gärung bis ins Lager!

RÜTGERS - Ihr kompetenter Partner bei:
Beratung - Planung - Montage - Service

Ansprechpartner:

Wolfgang Schmid

RÜTGERS GmbH & Co KG

67269 Grünstadt

Tel: 0621/8796-170

E-Mail: Wolfgang.Schmid@ruegters.com

Internet: www.ruegters.com



RÜTGERS
KÄLTE-KLIMA
INDUSTRIEKÜHLUNG
KÄLTE-KLIMA TECHNIK
SERVICE