

Anne M. Schüller

EMPFEHLUNGSMARKETING: DIE BESTE LEBENSVERSICHERUNG

Umsätze steigen nicht länger proportional zum Werbedruck, sondern mit der Qualität von Mundpropaganda und Weiterempfehlungen. Diese stehen immer öfter am Anfang eines Entscheidungsprozesses und am Ende eines Kundenerlebnisses. Ein gut gemachtes Empfehlungsmarketing ist deshalb die beste Lebensversicherung für ein Unternehmen.

Alles, was die Anbieter sagen, kann heute live und vor Ort auf den Wahrheitsgehalt überprüft und blitzschnell mit den Erfahrungen anderer abgeglichen werden. Die Konsumenten sind die neuen Vermarkter: glaubwürdige Markenbotschafter, lautstarke Meinungsmacher, machtvolle Berater, tatkräftige Verhaltensbeeinflusser, effiziente Vorverkäufer. Mehr als jemals zuvor leihen wir unser Ohr vor allem denen, die uns nahe stehen, die glaubwürdig sind und ihre wertvollen Erfahrungen freigiebig teilen: verlässliche Empfehler.

Ein gut gemachtes Empfehlungsmarketing ist der Zukunftsweg zu neuen Kunden. Und dies aus drei Gründen:

1. Vertrauensbonus: Wer in Marketing und Vertrieb, Service und Kommunikation mit Empfehlungen und Referenzen agiert, lobt nicht länger sich selbst, sondern wird von seinen Kunden gelobt. Als Empfehler agierende Kunden haben einen Vertrauensbonus. Sie machen neugierig und verbreiten Kauflaune. Sie wirken glaubhaft und neutral. Denn Empfehlungen basieren auf Erfahrungswissen. Und sie sind für den Empfänger relevant. Hierdurch verringern sich Kaufwiderstände erheblich – und das Ja-sagen fällt leicht.

2. Datenschutz: Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung werden sich die Verbraucherschutzgesetze weiter verschärfen. Gleichzeitig steigen die technologischen Möglichkeiten, sich vor unerwünschter Werbung zu schützen. Bereits ein Viertel aller User setzt zum Beispiel Adblocker ein. So wird es für Unternehmen immer schwieriger, Interessenten «kalt» anzusprechen. Eine unpassende Kontaktaufnahme kann heute nicht nur zu Fehlinvestitionen und rechtlichen Konsequenzen, sondern auch zu schwerwiegenden Reputationsschäden führen. Ein Empfehler hingegen schafft nicht nur Wärme, sondern auch ein perfektes Entrée.

3. Komplexitätsreduktion: Verlässliche Empfehlungen geben uns Orientierung im Dschungel der Möglichkeiten. Sie erlösen uns aus Entscheidungskonflikten. Sie verringern das Risiko einer fatalen Fehlentscheidung. Sie ersparen uns Zeit und reduzieren Enttäuschungsgefahr. Und sie schaffen Sicherheit in einer zunehmend komplexen Welt. So helfen sie uns, die Spreu vom Weizen zu trennen. Sie sorgen also für etwas, das unser Gehirn besonders goutiert: die Weitergabe von Informationspaketen, die sich bewährt haben. Ausserdem mag unser Oberstübchen «Brain-Convenience» und «Peace of Mind», also Einfachheit, Klarheit, Ruhe und Frieden. Genau deshalb folgen wir wohlmeinenden Empfehlern oft nahezu blind. ■



Das Buch zum Thema: «Das neue Empfehlungsmarketing. Durch Mundpropaganda und Weiterempfehlungen neue Kunden gewinnen». Von Anne M. Schüller; Verlag BusinessVillage 2015

Anne M. Schüller ist Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als Europas führende Expertin für Empfehlungsmarketing und Touchpoint Management. www.anneschuell.de