

Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft

Da ich ständig bei meinen Kunden Vorort bin, ist mein Nachbar so nett, regelmäßig Pakete für mich anzunehmen. Mit der Zeit wurde es unangenehm, mit dem Benachrichtigungszettel vor seiner Tür zu stehen und um mein Paket zu bitten. Er schaute mich nie wirklich an, reichte mir mürrisch und sichtlich genervt das Paket und schloss die Tür. So lief das jedes mal. Bis ich mir vornahm, mich richtig für seine Hilfe zu bedanken. Schließlich ersparte er mir jedes mal den Gang zur Post, die nun auch nicht die optimalsten Öffnungszeiten für mich hat.

Gesagt getan, eines Tages stand ich also mit einer großen Tafel "Merci" in der Hand vor seiner Tür (ich weiß, doch manche Klischees sind echt schön ;)). Ich merkte, er wollte mir schon sagen, dass kein Paket für mich da wäre, doch ich kam ihm mit meinem Dankeschön zuvor. Wow, der Mann lächelte mich an und war sichtlich überrascht. Seit dem grüßt er mich immer und plauscht im Flur auch mal mit mir, wenn wir uns treffen. Er zeigt Interesse an meiner Person und meiner Arbeit.

Und die Moral von der Geschicht'? Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft.

Was hat das mit Ihnen als Marke zu tun? Sie können diese Erkenntnis für sich arbeiten lassen. Im letzten Beitrag ging es darum, Markenbotschafter zu generieren. Sie begeistern keinen dazu, etwas für Sie zu tun, in dem Sie ihn dazu zwingen. So wie der Paketdienst meinen Nachbarn quasi dazu zwang, da sonst keiner da war. Klar, er hätte nein sagen können, doch er war höflich. Aber gut fand er es nicht.

Um sich optimal zu vermarkten, überlegen Sie, wie Sie Ihre Kunden/ Interessenten/Leser... "beschenken" können. Und zwar entsprechend Ihrer Marke. Dabei rede ich nicht von klassischen Werbegeschenken. Ich spreche von einem Mehrwert.

In meinem Beruf kann ich z.B. einen Blog nutzen, um meinen Fans einen Mehrwert zu liefern. Denn jeden Blog oder auch diese Kolumne hier, schreibe ich ohne einen Gegenwert dafür zu verlangen. Es ist mein Geschenk an Sie. Sie lesen ihn, sprechen darüber und im besten Fall setzen Sie die Tipps um. Das im Übrigen wäre für mich das schönste Geschenk :). Und so werden Sie mit der Zeit vielleicht auch ein Markenbotschafter von mir.

Genauso funktioniert das ganze Internet. Wer dort Anhänger, Follower, Freunde und Leser generieren und vor allem halten will, der muss kleine Geschenke machen. Mit einer reinen Konsumentenhaltung kommen Sie weder in virtuellen noch in realen Netzwerken weiter.

Setzen Sie sich also gleich mal hin und brainstormen. Was können Sie wie bereitstellen, das folgende Kriterien erfüllt:

- Ihre Zielgruppe muss es brauchen
- es sollte Ihre Expertise unterstreichen
- das sollte kein anderer bisher bieten

Wenn Sie begeisterte Köchin sind, wäre ein weiteres Sommertiramisu Rezept also nicht mehr so interessant. Doch vielleicht kennen Sie viele Allergiker, die gerne backen würden, aber weder Eier noch Milch essen dürfen. Die würden Ihnen für Dessertrezepte die Treue schwören.

Sich mit Menschen zu vernetzen ist immer bidirektional. Es ist ein Kreislauf von Geben und Nehmen. Beobachten Sie auf Veranstaltungen andere genau. Die, die nur Adressen generieren wollen und fleißig jedem ihre Visitenkarte aufdrängen, kämpfen hart, um am Leben zu bleiben. Doch wer andere



einlädt, Ihnen etwas gibt, der bekommt es mehrfach wieder zurück und lebt entspannt und hat Spaß dabei.

Also hören Sie auf, Konsument zu sein und werden Sie Nutzenstifter! Denn das, meine werten Damen, das macht eine Marke aus. Sie stiftet Nutzen und beschenkt damit ihre Fans.

Hier mein Angebot an sie:

Ich würde gerne Ihre "Geschenk-Ideen" in meinem Blog (www.Markenbotschafter-blog.de) veröffentlichen, bitte schreiben Sie mir doch Ihre Idee mit Ihren Daten.

Ihr Nutzen: Sie bekommen dadurch eine zusätzliche Werbeplattform und können testen, ob das Geschenk funktioniert. Mein Nutzen: mehr interessante Beiträge für meine Leser. Also win-win ;)

Schreiben Sie mir Ihre Beiträge an: Kontakt@CarmenBrablec.de

Ich freue mich auf Ihre Idee und den Austausch.

Ihre

Carmen Brablec

