

NEUE KUNDEN GEWINNEN UND KUNDENTREUE FÖRDERN MIT EMPFEHLUNGSMARKETING

Veröffentlicht am 31. Mai 2012 von Annette



Empfehlungsmarketing ist ein idealer Weg, um neue Kunden zu werben, dies haben bereits diverse Studien ergeben. Immer mehr Menschen **recherchieren vor einem Kauf im Internet** und suchen nach Empfehlungen und Meinungen zu einem Produkt oder einer Dienstleistung. Eine persönliche Meinung ist nach wie vor die **aussagekräftigste Kaufempfehlung**. Ein kaufwilliger Internetbenutzer orientiert sich dabei an den Erfahrungen anderer Menschen, die vor ihm in der gleichen Situation waren.

Nicht nur **Google Places** oder **Qype** sind für Empfehlungsmarketing wichtig. **Soziale Medien** multiplizieren die Möglichkeiten, wie sich Benutzer Produkte und Dienstleistungen empfehlen können. Mundpropaganda bei Facebook, Google+ und Co. ist alltäglich und bietet großes Potenzial. Auch die zunehmende Nutzung von Smartphones trägt zur Wichtigkeit von Empfehlungen bei: Jemand sucht mit seinem **Smartphone** nach einem Restaurant in der Nähe. Mit ziemlicher Sicherheit wird er sich für das Lokal entscheiden, das die besten Bewertungen hat.

Aber nicht nur **neue Kunden** werden mit Empfehlungen gewonnen; auch die **Treue der Bestandskunden** wird gefördert. Eine Studie der Universität Hamburg hat ergeben, dass sich Kunden, die eine Empfehlung abgeben, dem Unternehmen stärker verbunden fühlen. Und diese Verbundenheit befeuert die Wiederkaufbereitschaft.

Kunden empfehlen Produkte und Dienstleistungen, wenn sie davon begeistert sind. Bemühen Sie sich also, zu jederzeit sympathisch und vertrauenswürdig zu sein – niemand empfiehlt jemanden, den er nicht leiden kann. Eine Kundenempfehlung ist sozusagen der Endpunkt einer sehr guten Kundenbeziehung.

Aber: Empfehlungen gehen in der Regel nicht einfach von selbst ein, nur weil man gut ist. Erstmal muss eine **Plattform** für Empfehlungen zur Verfügung stehen, wie zum Beispiel Google Places oder Qype. Auf diese Plattform muss der Kunde **hingewiesen** werden - mündlich, auf der Homepage oder via Printmaterial. Jeder Unternehmer sollte aktiv auf seine Kunden zugehen und sie **um eine Empfehlung bitten**. Man könnte eine Empfehlung auch belohnen, zum Beispiel mit Gutscheinen oder Rabatten.

Online-Empfehlungsmarketing wird noch lange nicht voll ausgenutzt. Social Media und Smartphones sind eine relativ neue Welt, die noch viele offene Möglichkeiten bietet. Es empfiehlt sich für Unternehmen auf jeden Fall, so früh wie möglich mitzumischen.

Was sagen Sie? Recherchieren Sie vor dem Kauf eines Produkts im Internet? Vertrauen Sie auf Kundenbewertungen? Wir freuen uns auf Ihre Meinung!

THUMBNAIL IMAGE: [THUMBS UP VON .REID.](#) VIA [CC BY 2.0](#)