

Kunden effektiver an Ihr Unternehmen binden

Stammkunden binden: Die übersehene Chance

Wie Sie aus Neukunden loyale Stammkunden machen

Unterschätzt und einfach optimierbar

Neulich fragte mich ein Klient "Was ist einer der größten Fehler im Umgang mit Kunden?"

Meine Antwort: Viele Medical und Marketing Professionals schenken der Akquise von neuen Experten bzw. Kunden große Aufmerksamkeit und übersehen dabei ihre Bestandskunden. Dabei verkennen die Firmen die enorme Chance, bei diesen Kunden mit geringem Aufwand gute Ergebnisse zu erzielen.

Wussten Sie schon?

Untersuchungen zeigen, dass das Gewinnen eines einzigen Neukunden etwa siebenmal so viel Aufwand erfordert wie das Halten eines Stammkunden.

Aber: Obwohl die Kundenbindung ein entscheidender Faktor für langfristige Erfolge ist, haben viele Firmen in der Realität deren Wert bislang nicht verinnerlicht.

Warum verlassen Kunden Sie?

Untersuchungen im Endkunden-Geschäft haben gezeigt, warum Menschen den Anbieter wechseln: Nicht etwa aus finanziellen Gründen, sondern weil sie mit dem Service nicht zufrieden sind oder sich vernachlässigt fühlen. Daher ist "Customer Experience Management"

so wichtig – mit dem Ziel, das Kundenerlebnis über alle Kanäle so stimmig, positiv, angenehm wie möglich zu gestalten. Dies sagt sich einfach, ist aber im Alltag eine echte Herausforderung, die beispielsweise schon mit den Mitarbeitern in der Telefonzentrale anfängt.

Customer Lifetime Value

Gerade in diesen Zeiten, in denen die Neukundenakquise ungleich schwieriger als früher ist, sollte man das Potenzial von Kunden über die gesamte Lebensdauer konsequent ausschöpfen.

Die Frage lautet: Mit welchen Strategien und Maßnahmen kann man Kunden emotional und rational binden, damit diese dem Unternehmen auch in Zukunft treu bleiben?

Ein persönliches Beispiel für "Wachstum ohne Werbung": Manche meiner Klienten arbeiten seit mehr als 15 Jahren mit mir zusammen. Einige sind inzwischen Abteilungs- oder Bereichsleiter geworden und schicken ihre Mitarbeiter in meine Seminare – ohne jede Aufforderung: Eine echte Win-Win-Situation.

Guten Content liefern

Wer auf seinen Webseiten hilfreichen, nützlichen [Content](#) zur Verfügung stellt, der den Interessen der Zielgruppe entspricht, ist sichtbarer und glaubwürdig.

Wenn Sie aktuelle Auswertungen und neue Trends bringen, bauen Sie weiteres Vertrauen auf – vor allem, wenn konkurrierende Unternehmen keinen derartigen Service bieten.

Seien Sie erreichbar!

Egal ob via Email, Kontaktformular, Telefon oder Social Media, machen Sie es Ihren Kunden so leicht wie möglich, Kontakt mit Ihnen aufzunehmen. Vermeiden Sie lange Wartezeiten in Telefonschleifen.

Erreicht Sie eine Anfrage, ist eine Empfangsbestätigung sinnvoll. Hinweis: In unserer erklärungsbedürftigen Branche möchten die Kunden nicht mit einem Bot chatten - dieses Investment können Sie sich getrost sparen.

Wenn Ihre Firma kontaktiert wird, sollten Sie schnell antworten. Anmerkung: Ich persönlich beantworte Anfragen an Werktagen üblicherweise innerhalb von 24 Stunden – oder schreibe, wann eine Antwort kommen wird.

In persönlichem Kontakt bleiben

"Es geht weniger um Produkte, sondern um Beziehungen"

Bleiben Sie mit den Menschen, mit denen Sie Projekte erfolgreich durchgeführt haben, in regelmäßigem Kontakt. Eine einfache Möglichkeit, den direkten Draht aufrecht zu erhalten, sind individuelle Emails mit persönlicher Ansprache – oder exklusive "Previews" von Dokumenten.

So geben Sie Ihren Stammkunden bei jedem Kontakt das Gefühl, dass er oder sie nicht irgendwelche anonymen Absatznehmer sind, sondern wichtige Partner sind, die maßgeschneiderte Informationen erhalten.

Weihnachten ist die ungünstigste Wahl für das Senden einer Grußkarte, da dann alle ihre Wünsche schicken, Wählen Sie stattdessen andere Anlässe wie beispielsweise Ostern, Erntedankfest oder optimal den Geburtstag Ihres Kunden.

Ein bisschen mehr bieten

Sie können Ihre VIP-Kunden als erste zu hochwertigen, fachspezifischen Veranstaltungen einladen. Hinweis: Dies ist einer der wenigen Freiräume, die Ihnen Heilmittelwerbegesetz, Antikorruptionsgesetz und Compliance-Regelungen noch lassen.

Letztlich bestimmen Sie, wen Sie zu welchen Fortbildungen einladen. Man kann Sie ja nicht dazu zwingen, alle Ärzte oder Apotheker des Landes einzuladen. Sie bestimmen auch, welche Experten Mitglieder Ihres Advisory Boards werden.

Viele – früher oder in anderen Branchen übliche – Dinge wie Kundenkarten, Treuepunkte, teure Geschenke, etc. sind unserer Branche heikel oder verboten. Meine Empfehlung: Im Zweifelsfall darauf verzichten.

Fazit

Da es effektiver ist, Bestandskunden langfristig zu binden, als Neukunden zu gewinnen, sollten Sie überlegen, welche der genannten Tipps Sie implementieren können – es lohnt sich.

Mehr

Audio und Video auf:

<https://www.umbachpartner.com/de/stammkunden-binden-die-uebersehene-chance>

Newsletter gratis beziehen:

<https://www.umbachpartner.com/de/management-newsletter>