

## **Erfolgsfaktor Kundenbindung: Mit loyalen Kunden zum profitablen Unternehmen**

Systematische Kundenbindung ist das Erfolgsrezept, mit dem Sie sich im Wettbewerb positiv hervorheben und langfristig mit Ihrem Unternehmen auf dem Markt erfolgreich sein können. Die Zeiten, in denen ein Unternehmen hauptsächlich durch Kaltakquise-Maßnahmen erfolgreich sein konnte, sind vorbei: Der Gesetzgeber hat solche Maßnahmen inzwischen weitgehend verboten, Adressaten sind immer weniger bereit, Werbeanrufe oder -faxe zu akzeptieren. Ein Unternehmen, das solche unerwünschten und verbotenen Akquisemaßnahmen betreibt, sieht sich in Windeseile im Internet an den Pranger gestellt.

Besser, billiger, akzeptierter und wirksamer fahren Sie mit Ihrem Unternehmen, wenn Sie gute Beziehungen zu treuen Kunden ausnutzen, um dadurch Ihre Umsätze zu erhöhen und Ihr Unternehmen langfristig erfolgreicher zu machen:

Durch Cross- und Up-Selling-Maßnahmen können Sie bei bestehenden Kunden den Kundenwert erhöhen.

Durch Empfehlungen zufriedener Kunden können Sie einfach und schnell neue Kunden gewinnen.

Die entscheidende Voraussetzung dafür ist, dass bestehende Kunden an Ihre Produkte und Ihr Unternehmen gebunden werden können.

### **Kundenbindungsmaßnahmen**

Durch welche Maßnahmen können Sie Kunden binden? Kundenbindung zu erreichen, erfordert zunächst einmal eine kundenorientierte Einstellung, eine Unternehmensphilosophie: Die bestmögliche Bedienung des Kunden, die bestmögliche Versorgung des Kunden mit eigenen Produkten und Leistungen muss im Unternehmen oberste Priorität haben. Wenn alle Mitarbeiter im Unternehmen - zumindest diejenigen mit Kundenkontakt - diese Einstellung besitzen, ist die wichtigste Voraussetzung für Kundenzufriedenheit und die daraus folgende Kundentreue gegeben.

Darauf kann man mit speziellen Maßnahmen aufbauen, die eine stärkere Bindung des Kunden zum Unternehmen und seinen Produkten herbeiführen können; im folgenden sind 10 Beispiele für solche Maßnahmen genannt:

- **Kundenzeitschrift / Newsletter:** Regelmäßige Information bringen Sie bei Ihren Kunden immer wieder in Erinnerung und machen Sie vertraut.
- **Kundenbindungsprogramme:** Spezielle Vorteile für Ihre Kunden machen Treue zu Ihrem Unternehmen lukrativ. Dies können finanzielle Vorteile wie beispielsweise Bonusprogramme sein. Dies können auch emotionale Vorteile sein, wo Sie beispielsweise durch Vorzugsbehandlung treuer Kunden diesen den Kontakt mit Ihrem Unternehmen angenehm machen. Durch Vergünstigungen schaffen Sie Dankbarkeit und bauen Vertrauen auf.
- **Dialogmarketing:** Die direkte personalisierte Ansprache bringt Ihre Wertschätzung für Kunden zum Ausdruck und schafft eine vertraute und gleichzeitig für den Kunden verbindliche Kontaktsituation.
- **Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:** Damit sprechen Sie eine breite Zielgruppe an und sorgen für den Aufbau eines positiven Images. Mit einem positiven Image identifizieren sich die Kunden gerne und dauerhaft.
- **Veranstaltungen:** Mit Veranstaltungen holen Sie Ihre Kunden in Ihr Unternehmen und schaffen Vertrauen.
- **Sponsoring:** Ihr Unternehmen wird als solvent, verantwortungsbewusst und engagiert wahrgenommen, mit dem man gerne dauerhafte Geschäftsbeziehungen aufbaut.

- **Persönlicher Verkauf:** Persönlicher Verkauf schafft verbindliche persönliche Kundenbeziehungen - auch in schwierigen Situationen.
- **Umgang mit Beschwerden:** Beschwerden und diejenigen Kunden, die sich beschweren, sollten Sie ernst nehmen. Mit den Informationen aus Beschwerden können Sie Probleme lösen und sich Verbesserungspotenziale aufzeigen lassen.
- **Kundenbefragungen:** Durch regelmäßige Zufriedenheitsbefragungen erhalten Sie weitere Hinweise auf Verbesserungsmöglichkeiten und zeigen dem Kunden, dass Sie ihn ernst nehmen und wertschätzen.
- **Empfehlungen:** Begeisterte Kunden empfehlen Sie weiter - die beste Art, um Neukunden zu gewinnen.

## Weitere Informationen zum Thema Kundenbindung

- **Veranstaltung zum Thema Kundenbindung**

Eine Cebis-Veranstaltung am 26. November 2009 zum Thema Kundenbindung gibt Ihnen praxisorientierte und bewährte Tipps an die Hand, wie Sie aus Käufern loyale Kunden aus Überzeugung machen können, die Ihr Unternehmen und Ihre Produkte weiterempfehlen. Wir bieten Ihnen Erfolgsfaktoren, Praxisbeispiele und Impulse für konkrete Maßnahmen zur erfolgreichen Kundenbindung. Wir stellen Werkzeuge vor, die Sie bei der systematischen Kundenbindung unterstützen.

Die Veranstaltung beginnt um 15:00 Uhr; sie dauert bis ca. 18:00 Uhr. Sie findet statt im Landratsamt Neu-Ulm, Raum 400. Bitte melden Sie sich möglichst bald zur Veranstaltung an.

- **Studie weist nach: Kundenbindung ist preiswerter als Akquise**

Die Akquise ist der teuerste Prozess im Unternehmen. Dies sagen zumindest 28 Prozent aller Befragten Entscheider in einer aktuellen Studie von (<http://www.steria-mummert.de/>) Steria Mummert Consulting. Die Analysten gehen davon aus, dass es etwa fünf Mal teurer ist, einen Neukunden zu gewinnen, als einen Bestandskunden an das Unternehmen zu binden, wobei sich naturgemäß Unterschiede zwischen den Branchen gezeigt haben. So konzentrieren Banken ihre Bemühungen hauptsächlich auf die Betreuung schon vorhandener Kundschaft und geben das meiste Geld für persönliche Beratung aus, während Versicherungen überdurchschnittlich viel Aufwand bei der Neuakquise betreiben.

- **Website gibt Tipps zum Thema Kundenbindung**

Auf der Website [crm-erfolg.de](http://www.crm-erfolg.de) (<http://www.crm-erfolg.de/Praxis-Tipps/Kundenbindung.asp>) findet man eine Fülle an praktischen Tipps zum Thema Kundenbindung. Ein Beispiel dafür sind Geburtstagsgrüße zum Einjährigen: Vor einem Jahr hat Ihr Kunde bei Ihnen die Küche seiner Träume gekauft? Erinnern Sie ihn daran und versenden Sie eine E-Mail, in der Sie der Küche zum Geburtstag gratulieren. Es bietet sich an, gleich nach der Zufriedenheit mit der neuen Küche zu fragen und einen kostenlosen Check zu offerieren: Sitzen alle Schränke noch fest an der Wand? Ihr Kunde fühlt sich gut umsorgt und wird gerne wieder bei Ihnen kaufen.

- **Gutschriften und Coupons: Kundenattraktionen bevorzugt**

Ein immer wichtigerer Kaufanreiz in Online-Shops sind Warencoupons, so eine Studie der Marktforscher von HarrisInteractive (<http://www.harrisinteractive.de/>). Von der Masse der befragten Online-Käufer gaben 30 Prozent an, dass sie ihre Wahl des eShops auf Basis von angebotenen Gutscheinen, Nachlässen und Sonderaktionen treffen. 20 Prozent würden gar einen Online-Händler verlassen, wenn ein anderer derartige Aktionen anbietet. Anbieter, die diesem Trend nicht folgen, setzen also die Treue ihrer Kundschaft aufs Spiel, da derlei Sonderaktionen häufig besonders starke Bindungen an einen Anbieter begründeten, so die Studie.

Quelle und Copyright: Internetauftritt des Landkreises Neu-Ulm, <http://www.landkreis.neu-ulm.de>