

20 Tipps zur Kundenbindung

Qualität garantieren

Die Qualität Ihrer Angebote muss die Erwartungen der Käufer erfüllen, oder besser noch, übertreffen. Damit erzeugen Sie Begeisterung.

Service bieten

Ein guter Service sollte eigentlich eine Selbstverständlichkeit sein. Bieten Sie eine einfache Erreichbarkeit und kundenfreundliche Bürozeiten.

Interesse zeigen

Zeigen Sie auch in der Nachkaufphase Interesse. Erkundigen Sie sich bei Ihren Kunden wie Sie mit dem Produkt oder der Dienstleistung zufrieden sind.

Faire Preise

Bieten Sie gute Leistungen zu fairen Preisen.

Ehrlich kommunizieren

Kommunizieren Sie ehrlich und transparent, versprechen Sie nichts, was Sie nicht halten können.

Termine einhalten

Seien Sie im Kundenkontakt pünktlich und zuverlässig.

Reaktionszeit beschränken

Reagieren Sie auf Kundenanfragen innerhalb eines Arbeitstages. Kontaktieren Sie die Kunden, wenn es länger dauert.

Kontakt halten

Rufen Sie sich bei Ihren Stammkunden regelmässig in Erinnerung mit Newslettern, Mailings, Social Media, Events. Übertreiben Sie es aber auch nicht.

Mundpropaganda anregen

Belohnen Sie Ihre Kunden für Weiterempfehlungen mit einer kleinen Aufmerksamkeit. Vermeiden Sie billig wirkende und qualitativ minderwertige Geschenke.

Kundenstimmen aufführen

Lassen Sie Ihre begeisterten Kunden für sich sprechen. Veröffentlichen Sie Kundenstatements auf Ihren Marketingkanälen.

Kundenstamm pflegen

Erstellen Sie eine Kunden-/Interessentenliste mit persönlichen Informationen zu den Kontakten. Halten Sie diese aktuell.

Prioritäten setzen

Pflegen Sie vor allem die Kunden mit den höchsten Umsätzen (A-Kunden) und die B-Kunden mit Potenzial zum A-Kunden.

Veranstaltungen besuchen

Nehmen Sie regelmässig an Veranstaltungen teil, bei denen Ihre Kunden schon aus der Vergangenheit wissen, dass Sie vor Ort sind.

Veranstaltungen anbieten

Veranstaltungen bieten eine ausgezeichnete Chance, mit möglichst vielen Stammkunden auf einmal in Kontakt zu bleiben. Das kann beispielsweise ein Tag der offenen Tür sein, eine Alumniveranstaltung, ein Vortrag oder eine Schulung.

Wechselbarrieren aufbauen

Bauen Sie psychologische Wechselbarrieren (persönlicher Draht zu den Kunden, angenehmes Lernklima etc.) und/oder faktische Wechselbarrieren (Umsatzbonus, Lernplattformen, Verträge, Abonnemente etc.) auf.

Mehrwert bieten

Bieten Sie Ihren Kunden auf Ihrer Website, in Newslettern, Kundenmagazinen oder sozialen Medien einen Mehrwert in Form von Checklisten, Tools, Ratgebern, Literaturtipps, Branchennews etc.

Dank aussprechen

Bedanken Sie sich bei Ihren Kunden auf unerwartete Weise (handschriftlicher Dankesbrief statt E-Mail, öffentlicher Dank auf Sozialen Medien etc.).

Ärger vorbeugen

Handeln Sie gleich beim geringsten Anzeichen für Ärger bei einem Kunden.

Feedback einholen

Zeigen Sie Ihren Kunden, dass ihre Meinung wichtig ist. Bitten Sie aktiv um Rückmeldung und informieren Sie die Kunden wie Sie die Anregungen umgesetzt haben.

Gratulationen aussprechen

Gratulieren Sie Ihren Kunden zum Geburtstag, Namenstag, zur Hochzeit, zur Geburt eines Kindes, zur Firmengründung, zur Beförderung oder zum erfolgreichen Bildungsabschluss.