

4
2012

Initiativbanking **aktuell**

Management + Marketing

So fangen Sie jeden Kunden



© franz pfiffel - iStockphoto

Nur wer sich auf seine Kunden gut vorbereitet und sich auf deren Wünsche einlässt, wird am Ende zufriedene und treue Käufer haben. Doch guter Service beginnt schon vor dem Geschäftsabschluss. Mit diesen fünf Tipps überzeugt Ihr Unternehmen garantiert.

Tipp 1: Behandeln Sie grundsätzlich jeden Interessenten wie einen festen Kunden. Nur mit Geduld und dem richtigen Fingerspitzengefühl, das je nach Einzelfall zwischen Zurückhaltung und unbedingtem Verkaufswillen liegt, können Sie eine solide Vertrauensbasis aufbauen.

Tipp 2: Potenzielle Käufer stellen ihre Nachfragen am liebsten über ihre bevorzugten Kommunikationskanäle. Machen Sie es den Interessenten so einfach wie möglich und prüfen Sie, ob neben den

klassischen Wegen, wie Brief, Telefon, Fax, E-Mail und Ihrer Homepage, auch der Einsatz von sozialen Medien wie Twitter oder Facebook sinnvoll ist.

Tipp 3: Keiner mag es, wenn man bei jedem Anliegen an einen anderen Ansprechpartner verwiesen wird. Besser ist es, wenn etwa Anrufe oder E-Mails an einen festen Mitarbeiter weitergeleitet werden, der sofort Bescheid weiß. Mit Software-Unterstützung lassen sich alle Informationen über Kaufinteressenten leicht aktuell halten.

Tipp 4: Seien Sie flexibel, aber versprechen Sie nicht zu viel. Wer von seinen Maximen abweicht, nur um ein Geschäft abzuschließen, wirkt unglaubwürdig.

Tipp 5: Ist das Geschäft trotz aller Bemühungen nicht zustande gekommen, fragen Sie nach, woran es gelegen hat. Meist sind es nur Kleinigkeiten, die gegen Ihr Produkt oder Ihren Service sprechen. Diese lassen sich sicher schnell beheben – damit es beim nächsten Interessenten besser läuft. ■

Initiativbanking | aktuell | Management + Marketing | 4 | 2012 | Management + Marketing

Buchtipp: Mit Kreditgebern auf Augenhöhe verhandeln



»»» In seinem „Praxisleitfaden zur Bankenkommunikation“ schildert Berater Carl-Dietrich Sander, wann Firmenchefs Kontakt zum Geldinstitut aufnehmen sollten und wie sie sich optimal vorbereiten. Erläutert wird zudem, nach welchen Kriterien Zusagen und Konditionen erteilt werden. ■

Preis: 34,80 Euro (ISBN 978-3-482-63691-2),
NWB-Verlag

WEBTIPP DES MONATS:

www.e-kompetenz-ratgeber.de

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr stellt fünf Onlineratgeber zur Verfügung. Damit können Firmen ihr E-Business analysieren und Schwachstellen aufdecken. Dabei geht es um Themen wie Gestaltung, Internetmarketing oder IT-Sicherheit. ■