

## Nachbetreuung im Verkauf Ein wichtiges Kundenbindungsinstrument



Warum ist aktive Kundenbindung durch überdurchschnittlich guten Service und persönliche Betreuung so wichtig für den Erfolg im Verkauf?

**Es ist eine schlichte Tatsache, dass Menschen gerne Geschäfte mit Menschen machen, die sie mögen und denen sie vertrauen.**

Eine systematische Nachbetreuung nach Abschluss des Verkaufs ist ein wichtiges Kundenbindungsinstrument und rundet den Verkauf zum Vorteil von Käufer und Verkäufer ab. Viele Verkäufer betrachten die **Auslieferung des Produkts** nicht als einen Teil des Verkaufsprozesses, aber sie gehört dazu und bietet dem Verkäufer außerdem viele Möglichkeiten:

**Die Details hervorheben** – Heben Sie bei dieser Gelegenheit nochmals alle Vorteile und Nutzen des Produkts/Services hervor. Sorgen Sie dafür, dass der Kunde alle Funktionen und Leistungen verstanden hat und dass er mit seiner Entscheidung, bei Ihnen gekauft zu haben, zufrieden ist.

**Die Beziehung festigen** – Erkundigen Sie sich bei der Auslieferung, ob alles in Ordnung ist. Auf diese Weise können Sie eventuelle Probleme oder Fehler sofort beheben. Sie werden vom Verkäufer zum Problemlöser.

**Zusatzverkäufe** – Häufig kommt es vor, dass Kunden bei der Auslieferung einen zusätzlichen Bedarf realisieren. Wenn Sie in diesem Moment da sind, haben Sie die Chance, einen zusätzlichen Verkauf zu tätigen.

**Empfehlungen und Leistungsbewertung** – Dies ist der Moment, in dem Ihr Kunde am glücklichsten ist und für Sie die beste Zeit, nach Empfehlungen zu fragen. Legen Sie dem Kunden außerdem ihr Formular zur Leistungsbewertung vor.

**Halten Sie, was Sie versprechen** – Das Vertrauen der Kunden und einen guten Ruf erlangt nur derjenige, der sein Wort hält und Probleme löst. Wenn Sie sagen, Sie rufen mit einer bestimmten Information zurück, dann tun Sie es auch!

**Versprechen Sie weniger, halten Sie mehr!** – Die meisten Verkäufer neigen dazu, mehr zu versprechen als sie halten können. Zwar wird es dadurch einfacher, den Verkauf abzuschließen, allerdings wird es unmöglich, weitere Verkäufe zu machen oder Empfehlungen zu bekommen. Erwähnen Sie so viel, dass der Kunde kauft und lassen Sie ihn dann den zusätzlichen Wert später entdecken.

### Follow-up

Erkundigen Sie sich 2-3 Wochen nach dem Verkauf persönlich nach Problemen mit dem Produkt/Service, nach der Handhabung und den Vorteilen. Lösen Sie eventuelle Probleme. Wenn Sie das Problem nicht lösen können, antworten Sie ehrlich und direkt. Sie verschaffen sich durch dieses ehrliche Verhalten Respekt und Anerkennung in Ihrem Geschäftsumfeld.

Mehr zum Thema Kundenbindung erfahren Sie in unserem Seminar **QSR (Quick Start Retail®) – Professionelle Verkaufstechniken für Dienstleistung und Einzelhandel**

### Folgende Vorteile ergeben sich durch effektive Kundenbindung für das Unternehmen:

- Mehr Wiederholungsgeschäfte
- Mehr Referenzen
- Einfachere Verkaufsabwicklung
- Weniger Neukundengewinnung erforderlich
- Die Kunden kommen, weil sie Ihnen vertrauen, nicht, weil Sie der Billigste sind.

### Zitat des Monats:

„In allen Dingen ist der rechte Augenblick für den Erfolg entscheidend.“

Menander

### Marktplatz Mittelstand und BEITRAINING® starten Franchise-Themenportal

Das Zukunftsmodell „Franchising“ mittelständischen Unternehmern und Existenzgründern näher bringen: Das ist das Ziel der Kooperation zwischen der Internet-Plattform Marktplatz Mittelstand und **BEITRAINING®**. Unter <http://www.marktplatz-mittelstand.de/BEIGroup.asp> finden die Nutzer von Marktplatz Mittelstand als zusätzlichen Service jetzt umfassende Informationen zum Thema Franchising.

Marktplatz Mittelstand ist ein etabliertes Experten-Netzwerk für mittelständische Dienstleister und Gewerbetreibende, Freiberufler und Mini-Jobber im Internet.

Die branchenunabhängige Plattform [www.marktplatz-mittelstand.de](http://www.marktplatz-mittelstand.de) ging im April 1995 als Projekt der MON.de GmbH an den Start und hat ihren Sitz in Nürnberg. Bis heute haben ca. 160.000 Anbieter ihre Firmenprofile eingetragen. Der Erfolg der Anbieterdatenbank beruht darauf, dass sie als soziales Netzwerk konzipiert ist. Gewerbliche und private Nachfrager können Anbieter, mit denen sie bereits zusammengearbeitet haben, beurteilen, und diese so anderen Nachfragern empfehlen.

Ein Newsticker hält den Nutzer immer auf dem neuesten Stand. Mittels einer Suchfunktion ist es möglich, das richtige Unternehmen in der unmittelbaren Umgebung - oder auch weiter weg - zu finden. Aktuelle Termine für Fachmessen finden sich ebenso wie Informationen und Linktipps für kleine und mittelständische Unternehmen.

Nutzen Sie die Gelegenheit, Ihr Unternehmen kostenlos einzutragen unter: [www.marktplatz-mittelstand.de](http://www.marktplatz-mittelstand.de)