

ENERGY

GEBÄUDE + EFFIZIENZ + NACHHALTIGKEIT

www.ikz-energy.de



Weitere Tophemen:

- PV-Modulabschaltung
- Netzstabilität
- Pelletkessel

**„Die Politik muss unterstützen,
nicht bremsen.“**

Detlef Neuhaus, Geschäftsführer Solarwatt (Mehr ab Seite 6)

Vertrauen und Sicherheit sind die besten Verkäufer

Onlinemarketing mit System für Planer, Handwerker und Hersteller – Teil 6

Der sechste Teil dieser umfangreichen Internetmarketing-Serie beschäftigt sich mit dem Thema Trust – zu Deutsch: Vertrauen. Mit dem richtigen Trust-Marketing machen Unternehmer ein Gefühl, nämlich Vertrauen, zu einem ihrer besten Verkäufer.

Kunden möchten nicht nur die Ware, die Dienstleistung oder die Handwerkerleistungen zu einem guten Preis einkaufen. Nein, sie möchten gleichzeitig auch sicher sein, die richtige Wahl getroffen zu haben. Sie wollen Qualität. Deshalb kommen im Vorfeld der Kaufentscheidung Empfehlungen ins Spiel. Deren Bedeutung lässt sich gar nicht hoch genug bewerten. Fachleute wie der Onlinemarketing-Experte André Lönser (unser Interviewpartner für diese Serie) sprechen in diesem Zusammenhang gar von einem kompletten Empfehlungs-Marketing – also einem System. Es ist Jahrtausende alt und funktionierte schon bei den Römern. Auch Cäsar und Co. wussten also um das Prinzip des guten Rufs.

Rasend schnelle Entwicklung

In unserer heutigen, schnelllebigen Zeit, sind Empfehlungen und Referenzen wichtiger als je zuvor. Der Wettbewerb sitzt nur einen Mausklick entfernt. Was früher im Gespräch mit Bekannten, Kollegen, beim Friseur, in der Kneipe oder im Büro ausgetauscht bzw. empfohlen wurde, wird heute durch Postings aller Couleur bzw. durch Internet-Recherche ergänzt, teilweise sogar abgelöst. Die moderne Gesellschaft hat sich mit der digitalen Kommunikation komplett gewandelt und verändert sich noch immer – rasend schnell, Tag für Tag. Allein das Smartphone hat in nicht einmal zehn Jahren Kommunikation und Internetverhalten auf den Kopf gestellt. Immer stärker hängt der persönliche wie auch der wirtschaftliche Erfolg vom ersten Eindruck ab, den sich Dritte im Internet verschaffen. Digitale Empfehlungen und Referenzen für Dienstleister, produzierendes Gewerbe und das Handwerk gelten heute als wirk-

samstes Instrument für die Kundengewinnung.

Exkurs: Waren es in den 1980er-Jahren täglich 650 Werbebotschaften, die im Durchschnitt auf den Menschen trafen, sieht sich der heutige Homo sapiens mit bis zu 7000 Impulsen pro Tag bombardiert. „Die Grenzen der klassischen Werbung sind trotz ständig wachsender Etats überschritten. Werbung erreicht den Kun-



Onlinemarketing-Experte André Lönser.

den nur noch schwer. Dieser hat gelernt wegzuschauen, umzuschalten, zu ignorieren, zu hinterfragen und zu selektieren. TV, Radio, Internet, Print – die gesamte Umwelt ist voller vollmundiger Werbebotschaften“, so Lönser.

Der Erfolgsschlüssel heißt Trust-Marketing. Referenzen und Kundenempfehlungen geben dem Kunden das alte Ver-

trauen zurück. Die digitalen Botschaften sind ehrlich, authentisch, glaubwürdig und damit vor allem eins – wirksam. Referenzen und Kundenstimmen gehören zu den meistgeclickten Bereichen auf Webseiten. Kunden lieben Referenzen. Studien zeigen, dass weltweit 70% aller Neukunden Empfehlungen und Onlinebewertungen vertrauen. Auch Fachmann André Lönser liebt Bewertungen: „Ich sage es meinen Kunden immer und immer wieder: Empfehlungen sind sexy und schaffen Vertrauen.“ Hintergrund: Menschen haben Angst vor Fehlentscheidungen. Eine qualifizierte und authentische Empfehlung verringert dieses Risiko und minimiert die Wahrscheinlichkeit, falsche Schritte zu unternehmen. Dazu bringen sie Sicherheit und Klarheit in den Angebotsdschungel.

KMU können flexibler agieren

Das Prinzip des Empfehlungsmarketings funktioniert beim selbstständigen Einzelkämpfer, mittelständischen Unternehmen und dem weltweit agierenden Konzern gleich gut. Dabei sind kleine und mittelständische Betriebe (KMU) Großunternehmen in finanzieller und ggf. organisatorischer Hinsicht meist unterlegen, können andererseits aber flexibler, überzeugender und nachhaltiger agieren. Das Prinzip im Empfehlungsmarketing ist einfach: Der Anbieter wirbt nicht selbst, sondern lässt zufriedene Kunden für sich werben.

Lönser jedoch warnt vor einem gefährlichen Irrtum, mit dem Marketingverantwortliche allzu oft schwanger gehen: Die Vorstellung, alles müsse perfekt sein. Diese weit verbreitete Werbementalität nehme dem Instrument des Trust-Marketings das Essentielle: seine Glaubwür-



Das qih-Siegel.

digkeit. Hier muss laut Lönser umgedacht werden. Das Unternehmen müsse sich der Authentizität einer Kundenbewertung bewusst sein. Da sie von Menschen mit Emotionen abgegeben werde, könne sie einfach nicht perfekt sein. Außerdem trage ein im hauptsächlich positiven Umfeld vorgetragener Kritikpunkt zur Glaubwürdigkeit der gesamten Referenz bei.

Der Experte rät Interessierten stattdessen, sich schon im Vorfeld einer Kundenreferenz die Kontrolle zu sichern. Wie? Gute Empfehlungen kommen nicht von allein. Es reicht nicht aus, gute Arbeit zu leisten oder hochqualitative Produkte zu liefern. Empfehlungen und Referenzen müssen im digitalen Dschungel aktiv angefordert und eingesammelt werden. Wer seine Referenzen pflegt und selbst managt, ist in einem steten Dialog mit den bestehenden Kunden. Referenz-, Trust- und Empfehlungsmarketing ist somit Customer-Engagement in Reinkultur. Dabei sind die Kosten und der Zeitaufwand für den richtigen Einsatz dieses machtvollen Instruments verschwindend gering. Online-Shops lassen sich beispielsweise über Anbieter wie Trusted Shops, EHI, eKomi, shopauskunft.de oder TÜV Süd mit qualifizierten Kundenmeinungen ausstatten. Eine Vielzahl von preislich und leistungsmäßig unterschiedlichen Paketen steht zur Auswahl. Shopaus-

kunft.de hat beispielsweise ein kostenloses Basispaket im Programm, das immerhin 30 Bewertungen beinhaltet.

Bewertungen fürs Handwerk

Bewertungssysteme gibt es aber auch für Dienstleister und andere Branchen, die ohne Shop unterwegs sind. Für Dienstleister bietet sich etwa ProvenExpert an. Der Onlineservice erlaubt es, die Zufriedenheit der Kunden zu messen, auszuwerten und ausgewähltes Kunden-Feedback als Referenz und Empfehlung zu nutzen. Der Dienstleister entscheidet, ob er ausgesuchte Kundenmeinungen auf seinem ProvenExpert-Profil veröffentlichen will oder nur zur internen Qualitätssicherung nutzen möchte. Entscheidet er sich

für die Veröffentlichung, kann er die Bewertungen mit einem „Expertensiegel“, etwa auf seiner Webseite, einbinden und seine eigene Reputation dadurch sichtbar steigern. Andere Anbieter, die sich für diesen Bereich eignen, sind Bewertet.de und das zunächst kostenfreie KennstDuEinen. Für Handwerksbetriebe empfiehlt sich überdies das Siegel qih Qualität im Handwerk Fördergesellschaft mbH an. Es gibt potenziellen Auftraggebern Orientierung bei der Suche nach hochqualifizierten Handwerksbetrieben in der Nähe. Das qih-Qualitätssiegel erhalten ausschließlich Innungsfachbetriebe, die nach Ansicht ihrer Auftraggeber sehr gute, überdurchschnittliche und kundenorientierte Arbeit leisten. Seit 2007 können sich Unternehmen aller Handwerksbranchen dem Urteil ihrer Kunden stellen. Die Fördergesellschaft garantiert eine neutrale und kontinuierliche Auswertung der abgegebenen Bewertungen. Für alle Unternehmen ist außerdem Facebook eine gute Möglichkeit, Bestandskunden aufzufordern Bewertungen abzugeben. Jeder Werbetreibende, der eine Adresse auf der Facebook-Seite eingetragen hat, ist automatisch für Bewertungen und Rezensionen aktiviert.

Fazit

Bewertungen machen nicht halt an der Stadt- oder Landesgrenze. Sie gehen um die Welt und sind daher ein perfekter Werbeträger, um Neukunden anzusprechen. Gute Nachrichten verbreiten sich fast von allein. Mit Trust-Marketing lassen sich Beziehungen zu Kunden auf- und ausbauen. Die positiven Erfahrungen der Kunden sprechen für sich. Denn ein guter Ruf ist mehr wert, als alles Geld der Welt – online wie offline. ◀

Autor:

Peter Laaks (<http://www.pressebuero-laaks.de>)

Quelle(n)/ Links/ Recherche

- Interview mit André Lönser (<http://andre-loenser.com>)
- Trusted Shops (<http://www.trustedshops.de>)
- EHI (<https://ehi-siegel.de>)
- eKomi (<http://www.ekomi.de>)
- shopauskunft.de (<https://www.shopauskunft.de>)
- TÜV Süd (<https://www.safer-shopping.de/pruefsiegel.html>)
- ProvenExpert (<https://www.provenexpert.com/de>)
- Bewertet.de (https://www.bewertet.de/mehr_nachfrage)
- KennstDuEinen (<https://www.kennstdueinen.de>)
- qih (<http://www.qih.de>)
- facebook business (<https://de-de.facebook.com/business/overview>)