

Ab wann wird die Neukundin zur Stammkundin?



Ich bin Cornelia Plaz und unterstütze Solo-UnternehmerInnen, sich nach der Start-up-Phase mit der existentiellen Neukundengewinnung auf die **langfristige und anhaltende KundenVERbindung mit den StammkundInnen zu fokussieren**.

In diesem Blog zeige ich Ihnen **ab wann Sie die Neukundin zur Stammkundin befördern** und was sich dann ändert.

Wäre das jetzt simpel, wenn ich einfach empfehlen könnte, nach 3x Besuch wird die Neukundin zur Stammkundin. Denn in jedem Unternehmen ist es nach 3x anders. Nach 3x Haare schneiden in 5 Jahren ist eine Neukundin noch weit entfernt von Stammkundin. Hingegen 3x Schönheits-Operation in 1 Jahr, ich weiss, ich übertreibe, fassen wir den Status ins Auge. Wiederum anders verhält es sich in einem Handwerksbetrieb. Eine Kundin, die schon 3x das Badezimmer renoviert hat ist schon eher eine Stammkundin. Im Gegensatz zum Restaurant vis-a-vis, das in den letzten 2 Jahren 3x notfallmässig für verstopfte Abflüsse gerufen hat.

1.) Entscheiden Sie sich für eine Treue-Kategorie

a) Kategorie Treue-Zeit

Die Treue-Kategorie eignet sich, wenn Sie mit Ihren KundInnen regelmässig in Kontakt sind. Sei das im Fitness-Studio für die KundInnen in der regelmässigen Yoga-Stunde, sei das im Kosmetik-Studio für die Kundin mit der monatlichen Pediküre, sei das die Gebäude-Reinigerin mit der Familie für den wöchentlichen Hausputz oder auch die Gesangs-Lehrerin mit der Kundin für die intensive Vorbereitung für «The Voice». In einem Restaurant, denken Sie auch an die Handwerker, die regelmässigen zum Mittag-Essen kommen.

Eine weitere Möglichkeit in der Kategorie Treue ist, wenn Sie die besuchten Monate zusammen zählen. Das wäre denkbar, bei BeraterInnen und DienstleisterInnen. In einer Massage-Praxis sind irgendwann die Rückenschmerzen wegbehandelt. Dann hören Sie eine gewisse Zeit nichts mehr von ihrer Kundin. Dann meldet sie sich, oft mit den gleichen Schmerzen wieder. Dieser Ablauf ist auch oft in Beratungen und Coachings. Da meldet sich die Kundin, mit dem Wunsch für die nächste Beratungs-Phase.

Erstellen Sie an Hand Ihrer Kundinnen-Kartei eine Übersicht, wie lange die Kundinnen schon bei Ihnen ein- und ausgehen. Teilen Sie diese Resultate in 3 regelmässige Gruppen. Die Kundinnen, die schon 3 Jahre und länger dabei sind, die Kundinnen die schon 2 Jahre treu sind und die Kundinnen, die erst 1 Jahr in Ihren Unternehmen sind. Somit ergibt sich das Resultat, dass die Kundinnen, die schon 3 Jahre treue Kundinnen sind zu Ihren Stammkundinnen gehören. Diese Kategorisierung müssen Sie jährlich neu vornehmen und auf den aktuellen Stand bringen

b) Kategorie Umsatz-Grösse

Diese Treue-Kategorie eignet sich für alle Bereiche. Sei das bei der Handwerkerin, die in einem alten Haus jährlich einen gewissen Bereich renoviert, sei das in einem Restaurant, das die jährlichen Firmen-Essen ausrichtet, sei das die Buchhändlerin, die regelmässig die neuen Krimis liefert, sei das die Steuerberaterin, die jährlich die Zahlen in die richtige Reihe schiebt oder das Tierheim, das die Familien-Katzen regelmässig während der Ferien-Zeit in Obhut nimmt. In einer Reinigung, denken Sie auch an den Single-Mann, der wöchentlich seine Wäsche wieder auf Vordermann bringen lässt.

Erstellen Sie an Hand Ihrer Kundinnen-Kartei eine Übersicht, sagen wir mal der letzten 2 Jahre, wie hoch die Umsätze der einzelnen KundInnen waren. Teilen Sie diese Resultate auch wieder in 3 Gruppen. Die KundInnen mit dem höchsten Umsatz gehören nun in Ihre Kategorie der StammkundInnen.

2.) Was ändert sich jetzt für die StammkundInnen?

Die Kundinnen, die Sie in den obigen Kategorien als StammkundInnen definiert haben, werden Sie ab jetzt bevorzugt behandeln. Denn diese Kundinnen sind die Kundinnen, denen Sie Ihren Erfolg zu verdanken haben. Dank diesen KundInnen haben Sie einen planbaren Umsatz und haben keine unruhigen Nächte mehr, ob das Geld für die nächste Monats-Miete reicht. Von der Rechnung für das nächste Wellness-Weekend ganz zu schweigen. Deshalb pflegen Sie diese KundInnen mit angemessenen Zuwendungen.

Dazu hier 3 Beispiele als Anregung:

- Als Kosmetikerin geben Sie der Kundin, die regelmässig zur Pediküre kommt eine Fusspflege mit, die bei regelmässiger Anwendung, genau bis zur nächsten Behandlung langt. Diese spezielle Fusspflege ist von Ihnen «erfunden» und sonst nirgendwo erhältlich.
- Als Gebäude-Reinigerin dekorieren Sie jeweils vor dem Verlassen der Wohnung eine geeignete Stelle mit einer Blume und einer Handvoll Schoggi-Glückskäfer mit den besten Wünschen für die nächsten Tage.
- In Ihrem Restaurant geben Sie den HandwerkerInnen jeweils am Freitag einen selbst gebackenen Sonntags-Zopf für die Familie mit.

Sie sehen in den obigen Anregungen, dass diese Zuwendungen wenig bis gar nichts kosten. Wichtig ist, dass die Aufmerksamkeiten verblüffen und bei Ihren KundInnen in angenehmer Erinnerung bleiben.

Ich freue mich, wenn es bei Ihnen Klick macht und Sie auf die kreative KundenVERbindung mit den Stammkundinnen wechseln. Lassen Sie sich weiter von mir anstecken und melden Sie sich bei mir, für die individuellen Geschäfts-Ideen für Ihr Solo-Unternehmen.

1.) Abonnieren Sie den Impuls-Letter. Sie erhalten 3-4x im Jahr neue Anregungen für die kreative KundenVERbindung für Ihre StammkundInnen

2.) Nehmen Sie Teil am Zoom-Webinar. Dort gebe ich Ihnen Impulse und Anregungen für Ihre kreative KundenVerbindung. Andres als Ihre MitbewerberInnen das Tun, versprochen.

3.) Sie wollen Ihr KundenVERbindungs-System persönlich überprüfen lassen. Dafür buchen Sie meinen Mystery-Besuch, oder Ihre persönliche Zoom-Beratung.



Ihre Cornelia Plaz

Viel 112, CH-7530 Zerne

geschaeftsideen@algi.ch

www.algi.ch

vernetzen gerne auf XING