

Warum Sie mit StammkundInnen geschäftlich erfolgreicher sind



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

In diesem Blog schreibe ich Ihnen, warum und wie Sie **mit StammkundInnen geschäftlich erfolgreicher sind.**

Phase 1: Rückschau auf die Neukunden-Gewinnung während der Start-Up-Zeit

Sie erinnern sich an den Tag Ihrer Geschäftseröffnung wahrscheinlich besser als an Ihren ersten Kuss. Sie haben viel Energie in die Vorbereitungen gesteckt. **Die Selbständigkeit war für Sie ein Lebenstraum.** Ihre Phantasien, rasch reich zu werden, verfolgten Sie bis in den Schlaf.

Nun, heute nach ca. 3 Jahren wissen sie, die Selbständigkeit als Solo-Unternehmerin:

- ist tägliche **Knochenarbeit**
- die **Vorteile halten sich in Grenzen**
- der Reichtum beschränkt sich auf den monatlichen Erfolg, die **wichtigsten Rechnungen bezahlen** zu können

Und trotzdem möchten Sie mit Nichts und Niemanden auf der Welt tauschen. Das Gefühl der Selbständigkeit ist für Sie mit keinem Geld auf der Welt aufzuwiegen. Sie wünschen sich jedoch, es dürfte einfach müheloser und weniger anstrengend sein. Auch etwas mehr Freizeit und Geld, für ab und zu etwas Unvernünftiges zu kaufen, wäre schön. Zudem möchten Sie eine neue Investition für Ihre KundInnen anschaffen.

Ich behaupte mal, die **meiste Energie und Geld stecken Sie immer noch in die Neukunden-Gewinnung.** Wohlverstanden, für Ihre Start-Up-Phase eine existentiell wichtige Vorgehensweise. Rechnen Sie mal zusammen, wieviel Geld diese Werbemaßnahmen ausmachen:

- Die Kosten und die Zeit für die Website, den Newsletter, den Blog
- Das regelmäßige Zeitungsinserat in der Lokalpresse
- Die Rabattangebote und Preisnachlässe
- Die Flyer bei Aktionen
- Die Zeit für die kostenlosen Erstgespräche
- Die kostenlosen Informationen

Nun zählen Sie all diese Kosten ehrlich zusammen. Nun zählen Sie alle tatsächlich gewonnenen Neukundinnen zusammen. Dazu gehören nicht die Kundinnen, die durch Mundpropaganda gekommen sind. **Sie erhalten eine erschreckend hohe Zahl für den Aufwand für eine Neukundin.**

Phase 2: Den Fokus auf die StammkundInnen legen

Ab einem gewissen Punkt, sollten Sie **den Fokus** von der Neukunden-Gewinnung **auf die StammkundInnen-Pflege legen**. Ich nenne diese Kundenbindung besser: Kunden**VER**bindung. Dieser gewisse Zeitpunkt ist dann gegeben, wenn Sie die normalen Kosten für Ihr Unternehmen bewältigen.

- a) Sie brauchen ab jetzt **nur noch 2/3 und weniger von Ihren Werbe-Geldern**
- b) mit diesem Geld betreiben Sie **kreative Kunden**VER**bindung**
- c) und Ihre StammkundInnen **sorgen automatisch für NeukundInnen**

Dafür gehen Sie wie folgt vor:

Zu a) Verteilen Sie Ihre Werbe-Gelder neu

Nehmen Sie den durchschnittlichen Umsatz der letzten 2 – 3 Geschäftsjahre und teilen diesen durch 24, bzw. durch 36. Sie erhalten damit den durchschnittlichen Umsatz von 1 Monat. Von diesem Monatsumsatz definieren Sie nun den Betrag von 5-8%.

- 5% nehmen Sie, wenn alles normal läuft
- 6% nehmen Sie, wenn der Umsatz sinkt
- 7% nehmen Sie, wenn Sie auf die aktive Kunden**VER**bindung wechseln
- 8% (-10%) nehmen Sie, wenn Sie ein neues Produkt lancieren oder eine besondere Aktivität auf dem Programm steht.

Mit diesen 5-8% machen wir nun eine erste neue Zuteilung. Zum besseren Verständnis mit einer Beispielsumme.

Unsere Beispielsumme, die 7% (da wir auf die Kunden**VER**bindung wechseln) vom durchschnittlichen Monatsumsatz sind Sfr. / € 600.—

- Davon teilen wir maximal 40%, also 240.--, der Muss- und Kann-Werbung zu.
- Davon teilen wir mindestens 60%, also 260.--, der neuen Kunden**VER**bindung zu.

Zu b) Aktivieren Sie Ihre kreative KundenVER**bindung mit Ihrem StammkundInnen**

Dafür teilen Sie Ihre KundInnen in **A/B/C-Gruppen ein**. Je nach Ihrem Unternehmen teilen Sie nach **Treue-Zeit oder nach Umsatz zu**. Die KundInnen mit der längsten Treue-Zeit oder dem höchsten Umsatz teilen Sie der Gruppe A zu. Danach unterteilen Sie die weiteren Stufen. Die NeukundInnen werden erst ab einer gewissen Treue-Zeit oder nach einem gewissen Umsatz in die StammkundInnenGruppe C aufgenommen.

Nun überlegen Sie, mit welcher Zuwendung Sie sich bei Ihren KundInnen **erkenntlich zeigen, wenn Sie in die nächsthöhere Kategorie zugeteilt werden**. Der Kasus Knacksus dabei ist, dass Sie somit Ihre Dankbarkeit **immer wieder** zeigen. Denn das Bleiben als StammkundIn dürfen Sie niemals als Selbstverständlichkeit betrachten.

Diese Zuwendungen sollten für Ihre KundInnen nützlich sein. Vielleicht wissen Sie von einem Ersatz der nötig ist. Oder Sie geben ein Produkt der nächstbesseren Kategorie, damit die Kundin ein Upgrade-feeling erlebt. Auch eine spezielle Anwendung zum 1/2 Preis ist willkommen.

Meine Empfehlung ist immer wieder: Verzichten Sie auf Rabatte, denn diese treffen nicht das Herz der StammkundInnen und machen keine **VER**bindung.

Zu c) Ihre StammkundInnen sorgen automatisch für NeukundInnen

Zugegeben, Sie brauchen am Anfang etwas Mut, dass Sie **keine aktive** NeukundInnen-Gewinnung mehr betreiben. Es kommt Ihnen vor, dass Sie nichts mehr tun. Da können Sie Abhilfe schaffen. Bedanken Sie sich immer wieder bei Ihren StammkundInnen **für die Vermittlung einer Neukundin.**

Dafür gehen Sie ähnlich vor, bei oben bei der Gruppen-Zuteilung. Sobald eine Neukundin den ersten Umsatz macht, erhält die Empfehlerin ein kleines Dankes-Geschenk. Bleibt die Kundin und generiert weiterhin Umsatz, bedanken Sie sich wieder bei der Empfehlerin, sobald die Kundin die Gruppe C aufgenommen wird. Und so weiter. **Auch hier ist der Kasus Knacksus, dass Sie Ihre Dankbarkeit immer und wieder zeigen.**

Behalten Sie für alle Zuwendungen Ihr Budget streng im Auge. Denn nicht die Grösse oder der monetäre Wert der Geschenke ist wichtig. Die Geste zählt und dass Sie immer und immer wieder Danke sagen.

Sie werden mit der Zeit eine gewisse Anzahl von StammkundInnen haben, die immer und immer wieder NeukundInnen empfehlen. Teilen Sie diesen besonders fleissigen Empfehlerinnen in den A/B/C-Gruppen noch einen **VIP-Status zu.** Mit diesen VIP-KundInnen unternehmen Sie dann **1x pro Jahr einen Ausflug zu einem speziellen Event.**

3.) Geniessen Sie den mühelosen geschäftlichen Erfolg mit StammkundInnen

Mit jeglicher Art von bevorzugter Behandlung Ihrer StammkundInnen werden Sie den geschäftlichen Erfolg spüren. Sie haben mehr Freizeit, können Sie sich mehr leisten und das Geld für die gewünschte Investition ist schneller auf dem Bankkonto. Denn die StammkundInnen

- **sorgen für den vollen Terminkalender,**
- **den planbaren Umsatz und**
- **benötigen weniger Werbe-Gelder.**



Ihre Cornelia Plaz

Viel 112, CH-7530 Zernez

geschaeftsideen@algi.ch

Website: www.algi.ch

Vernetzen: www.xing.com/cornelia.plaz

ImpulsLetter: www.algi.ch/newsletter

Blog: www.algi.ch/blog