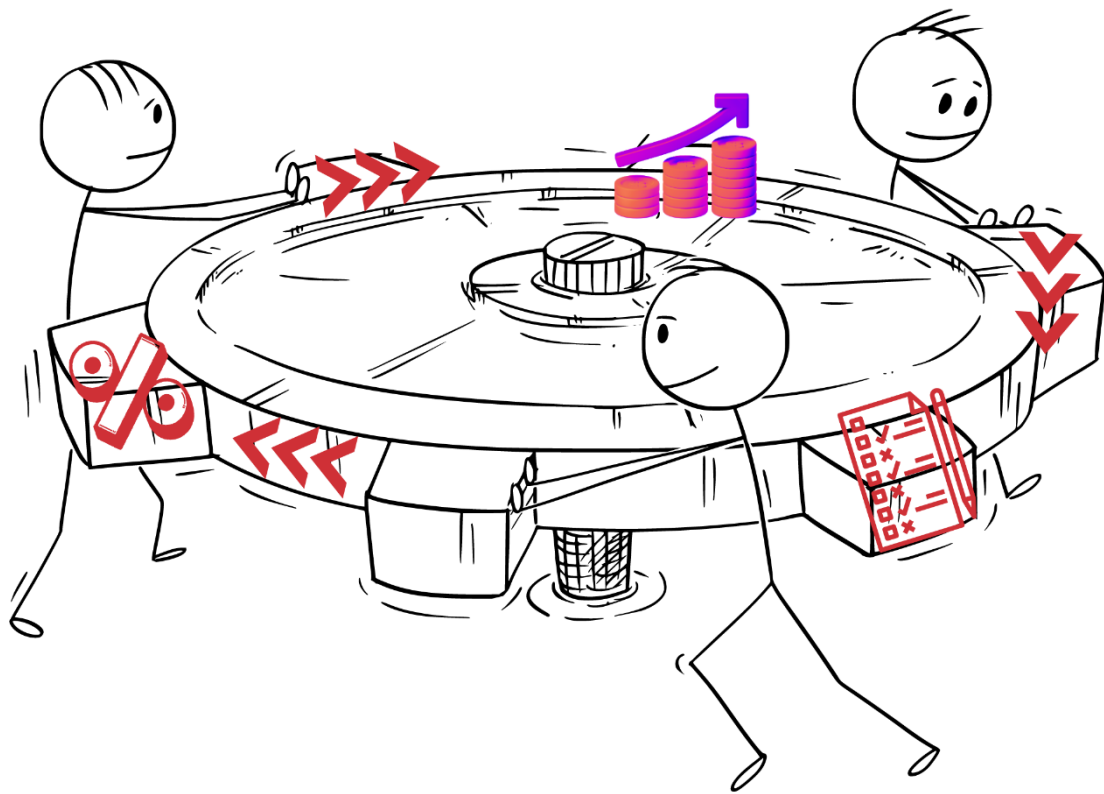


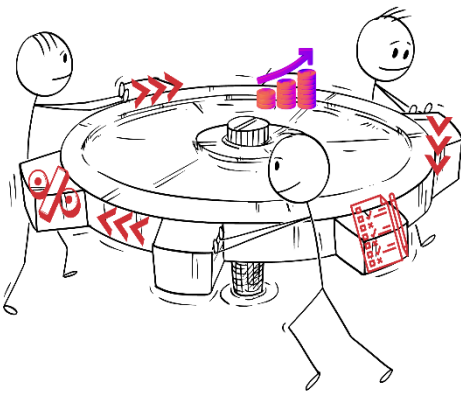
Blog

In 3 Schritten raus aus der Rabatt und PreisSenkungsFalle im Solo-Unternehmen



In 3 Schritten raus aus der Rabatt und PreisSenkungsFalle im Solo-Unternehmen

Eigentlich sind Rabatte und PreisSenkungen von der GrundIdee nicht verkehrt. Sie sollen ja etwas Gutes bewirken, nämlich das BelohnungsZentrum im Gehirn Ihrer KundIn ansprechen. Doch jetzt aufgepasst, es kommt das ganz grosse ABER: Das BelohnungsZentrum im Gehirn Ihrer KundIn ist anfällig für Sucht. Ja, es will immer mehr, die Erwartungshaltung nach noch mehr Rabatt und PreisSenkung ist vorprogrammiert.



Zack, und schon sitzen wir Solo-UnternehmerInnen in der Falle. Mit jedem Rabatt den wir gewähren, mit jeder PreisSenkung die wir vornehmen, müssen wir unseren Umsatz entsprechend erhöhen. Schauen wir dann unsere Kapazität in unserer Agenda an, wird's eng. Denn wir haben nur max. 16 Std.Tage zur Verfügung und dafür nur 2 Hände. Denken wir die ganze Konsequenz fertig kommen wir zum Schluss:

Wir haben uns in ein HamsterRad gesetzt!

Hier kommt die Lösung:

- 1.) Nehmen Sie sich raus aus dieser Falle!** Sie haben nämlich als Solo-UnternehmerIn keine zusätzliche Kapazität für die ständig nötige UmsatzSteigerung.
- 2.) Schieben Sie diesem SuchtVerhalten den Riegel!** Vertrauen Sie darauf, dass Ihre Dienstleistungen und Angebote grundsätzlich genügen.
- 3.) Bieten Sie ein nützlicheres BelohnungsSystem!** Sie haben als Solo-UnternehmerIn sogar die wirksameren BelohnungsMethoden.

Schritt 1: So schaffen Sie den Absprung aus dieser Falle

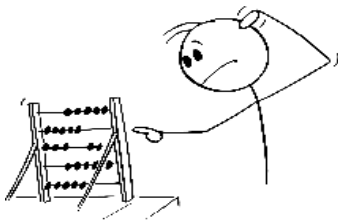
a) Verzichten Sie ab sofort auf sämtliche Rabatte und PreisSenkungen.

Ja schon, ich höre es durch alle Seiten von diesem Blog: Das geht nicht, denn die KundInnen fragen nach Rabatten und versuchen zu handeln. Ich gebe Ihnen gerne folgenden Satz als GegenArgument:

«Gerne gebe ich Geschenke, doch ich bestimme selber wann und wieviel und überhaupt.»

Diese Haltung, glauben Sie mir, wirkt Wunder. Ich habe damit die Erfahrung gemacht, dass in den meisten Fällen die Gedankenlosigkeit der Geiz-ist-Geil-Gesellschaft dahinter steckt und nicht die vermeintliche Geldknappheit. Sollte eine KundIn wirklich in Geldnot sein, darf Ihr Herz und Ihre Empathie trotzdem einmal grosszügig sein.

b) Verschaffen Sie sich zunächst eine Vorher-Nachher-Übersicht.



Zählen Sie über die letzten 12 Monate ALLE, auch die noch so kleinen Beträge zusammen, die Sie als Rabatt und PreisSenkung gewährt haben. Dazu gehören auch die GratisErstbehandlungen, das ZusatzProdukt bei 3-für-2, die Prozente beim 10ten Besuch oder das GratisProdukt bei Erreichen von einem bestimmten Umsatz. Aus diesem Gesamtbetrag halten Sie hier den durchschnittlichen monatlichen Betrag fest:

Monatlich gewährte Rabatte und PreisSenkungen: SFr./€ _____

Wenn Sie ganz genau sein wollen mit der Vorher-Nachher-Übersicht, rechnen Sie aus, wie viel Prozent von Ihrem Umsatz dieser Betrag ausmacht.

Anteil am Umsatz in %: _____

Für das **NEUE** wirksamere BelohnungsSystem für Ihre KundInnen, rechnen Sie **4 %** aus von Ihrem durchschnittlichen MonatsUmsatz der letzten 12 – 24 Monate. Diesen Betrag halten Sie hier fest:

monatliches Budget für das BelohnungsSystem: SFr./€ _____

Für diesen Betrag werde ich mit Ihnen bei Schritt 3 Impulse und Anleitungen für Ihr individuelles BelohnungsSystem geben.

Es ist nun gut möglich, dass Sie zwischen dem alten und dem neuen Betrag eine grosse Diskrepanz feststellen. Es ist ziemlich sicher, dass Sie nun schwarz auf weiss sehen, dass Sie viele Stunden gearbeitet haben, um Ihren KundInnen diese Rabatte und PreisSenkungen möglich zu machen. Ich wünsche Ihnen sehr, dass Sie die Erkenntnis gewinnen, DAS ist NICHT so gewollt und auch NICHT richtig!

Schritt 2: So machen Sie Ihre KundInnen süchtig nach Ihren Dienstleistungen und Produkten

Es muss für Sie doch oft frustrierend und manchmal sogar verletzend sein, wenn Sie das Gefühl haben, dass Sie für die SchnäppchenJägerInnen eine günstige Beute sind. Wäre es nicht befriedigender, wenn SIE und IHRE Dienstleistungen und Produkte gefragt sind. Wenn Sie dieses Gefühl der Unverzichtbarkeit für Ihre KundInnen erreichen, sind Rabatte und Preisverhandlungen kein Thema mehr.

a) Starten Sie mit dem guten Vorsatz, dass Sie für Ihre KundInnen ALLES geben!



Ich meine wirklich und ich meine wirklich ALLES. Es sind die kleinen Nebensächlichkeiten, mit denen Sie für Ihre KundInnen unverzichtbar werden. Ein guter Tipp der (noch) nicht im Internet steht oder eine unverhoffte Dienstleistung sind dazu der Mittel zum Zweck. Bevor Sie «a revair / auf Wiedersehen / Tschüss / BaBa» sagen, fragen Sie Ihr Gewissen: «Was kann ich jetzt noch für Dich tun»? Bedenken Sie, dass jede Zurückhaltung in irgendeiner Form von Ihrer KundIn unbewusst gespeichert wird.

Das hat Auswirkungen, wie wenn Sie bei einer Bewertung nur 3 Sterne erhalten.

Damit sprechen Sie das oben erwähnte BelohnungsSystem an. Dieses ALLES-Geben hat zwei positive Auswirkungen. Einerseits kostet es nichts und andererseits werden Ihre KundInnen nach diesen Auswirkungen süchtig. Sie gehen mit mir sicher einig, DAS ist die bessere Alternative als die teuren Rabatte und PreisSenkungen.

b) Überprüfen Sie Ihre Dienstleistungen und Produkte auf BESSER.

Denn ja, BESSER geht immer. Nehmen Sie nur mal die 3 folgenden Optimierungen und kontrollieren Sie dahingehend Ihre Angebote.

- Was wäre Sinnvoller?
- Wo geht es Geeigneter?
- Wie gelingt es Nützlicher?

Mit diesen verbesserten Angeboten heben Sie sich wohltuend von Ihren KonkurrentInnen ab und Ihre KundInnen bleiben süchtig nach IHNEN und IHREN Dienstleistungen. Nach einer gewissen Zeit werden Sie erleben, dass sich die Nachfrage automatisch steigert und Sie getrost sogar die Preise anheben können.

Halten Sie hier gleich Ihre spontanen Gedanken fest, die Ihnen beim Durchlesen durch den Kopf gehuscht sind:

Zum Thema: was wäre Sinnvoller:

Zum Thema: wo geht es Geeigneter

Zum Thema: wie gelingt es Nützlicher:

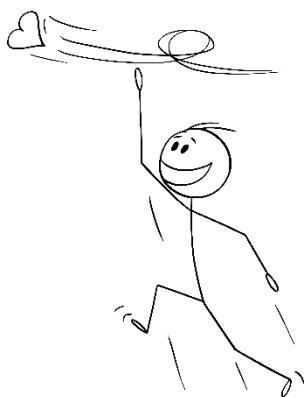
Schritt 3: Es gibt die alternativen BelohnungsSysteme

Sie haben unter Schritt 1 mit einer Vorher-Nachher-Übersicht ausgerechnet, wie viel Budget Sie für ein alternatives BelohnungsSystem einsetzen. Dabei habe ich vergessen zu erwähnen, dass dieser Betrag der Anteil von Ihrem Werbebudget ist. Deshalb hier noch konkreter:

Von Ihrem Werbebudget von, sagen wir mal 8%, nehmen Sie 4% für das BelohnungsSystem.

Ich gebe Ihnen hier für den Einstieg in die vielfältige Welt der alternativen BelohnungsSysteme zwei Varianten, die Sie einfach automatisieren können. Dabei richte ich Ihren Fokus auf Ihre StammkundInnen.

a) Das BelohnungsSystem für erhaltene Empfehlungen



Eine StammkundIn hat Sie empfohlen. Betrachten Sie solch eine Empfehlung niemals als selbstverständlich. Denn Ihre StammkundIn hat sich für Sie ins Zeug gelegt und die Bekannte davon überzeugt, dass Sie die one-and-only-Macherin sind. Dafür sollten Sie DANKE-sagen. Doch einmal Danke sagen ist mir zu light. Deshalb empfehle ich Ihnen immer-und-immer-wieder Danke zu sagen. Richten Sie dafür ein Immer-Wieder-Danke-Sagen-System ein. Doch Achtung: Es ist verboten, irgendwelche Rabatte abzugeben. Sagen Sie stattdessen Danke mit

Anerkennungen, die Ihre Empathie ausdrücken. Das könnte sein:

- ein Blumenstrauss,
- ein Gutschein für den SonntagsZopf in der Dorfbäckerei,
- ein Produkt aus Ihrem Sortiment, dass sich Ihre KundIn nicht leisten könnte, also quasi ein upgrade

b) Das BelohnungsSystem für die Treue Ihrer StammkundInnen

Ihre KundInnen werden zu StammkundInnen, weil Sie mit Ihren Dienstleistungen und Produkten zufrieden sind. Weil Sie auch proaktiv immer an den nächsten wichtigen Schritt denken. Weil Sie durch den persönlichen Kontakt im FreundinnenModus handeln. Betrachten Sie diese Treue trotzdem nicht selbstverständlich.

Dank Ihren StammkundInnen können Sie auf regelmässigen und planbaren Umsatz zählen. Dafür sollten Sie in regelmässigen Abständen immer-und-immer-wieder DANKE-sagen. Richten Sie auch dafür ein Immer-Wieder-Danke-Sagen-System ein. Doch Achtung: Es ist verboten, mit der spröden (sorry) Kundenkarte einen Rabatt beim 10ten Besuch zu gewähren. Geben Sie stattdessen eine empathische Honorierung. Das könnte sein:

- eine VIP-Karte für bevorzugte Behandlung bei KooperationsPartnerInnen,
- ein PicknickKorb für den SonntagsVeloAusflug mit der Familie,
- ein Clubausflug zu einem angesagten Anlass

Halten Sie hier gleich Ihre spontanen Einfälle fest, für Ihre **BelohnungsIdeen, die Ihren KundInnen wirklich etwas Gutes tun:**

Zum Abschluss gerne hier noch etwas für die Praxis:

1.) Nehmen Sie sich **1x pro Woche ½ Std. Zeit** um diese alternativen Methoden einzuführen und Sie spüren den Erfolg umgehend.

1.) Weil Sie Ihr Geld **sinnvoller** und **nützlicher** einsetzen.

2.) Weil Ihre KundInnen süchtig nach **Ihnen** und **Ihren** Dienstleistungen und Produkten werden.

3.) Weil Sie mit Ihrem BelohnungsSystem Ihren KundInnen **wirklich etwas Gutes tun**.

2.) Halten Sie sich **konsequent** an die festgesetzte Zahl von Ihrem **monatlichen Budget**. Behalten Sie diesen Betrag mit einer Excel-Liste im Auge. Ihre Belohnungen können Sie jederzeit anpassen. Diese müssen nicht gross und teuer sein. **Viel wichtiger ist die Empathie und Herzlichkeit die mit diesen Belohnungen verbunden sind.**

Erzählen Sie mir von Ihren Erfahrungen. Ich freue mich auf jede noch so kleine Rückmeldung auf geschaeftsideen@algi.ch

Es gibt noch viele weitere alternative Methoden zu Rabatten und PreisSenkungen, mit denen Sie sich als Solo-UnternehmerIn profilieren können. Ich gebe Ihnen dafür mehr Impulse und Schritt-und-Schritt-Anleitungen

1.) Mit meinem Workbook:

- Mehr Kunden: Sie zelebrieren ein EmpfehlungsMarketing
- Mehr Umsatz: doch ohne Rabatte und PreisSenkungen
- Bessere Kundenbindung: Sie machen sich unverzichtbar

In diesen 3 Kapiteln gebe ich Ihnen Impulse und Schritt-für-Schritt-Anleitungen für die individuelle Umsetzung in Ihrem Solo-Unternehmen.

Zum Download für das Workbook geht es hier:

<https://elopage.com/s/alg.ch/workbook-23>

2.) Mit meinem Live-Online-Workshop:

- Mehr Kunden durch Empfehlungen Ihrer StammkundInnen, weil Sie immerwieder-Danke-sagen
- Mehr Umsatz durch angepasste Produkte, weil Sie sich dadurch unverzichtbar machen
- Bessere Kunden**VER**bindung, weil Sie mit Aufmerksamkeiten Ihre StammkundInnen verblüffen

Meine Workshops sollen sich wie eine kleine Auszeit anfühlen, deshalb finden diese immer jeweils am Samstag oder Sonntag statt. Mit einigen neuen Erkenntnissen und mindestens einer schnell machbaren UmsetzungsIdee starten Sie dann in die neue Woche. Der weitere Vorteil: Sie haben mindestens einmal darüber geschlafen. Wählen Sie zwischen einem Nachmittag- und einem AbendTermin.

Zur Anmeldung für den Workshop geht es hier:

<https://elopage.com/s/alg.ch/webinar-s-das-kleine-1x1-fuer-die-empathische-kundenverbindung-mit-ihren-stammkundinnen>