

# CRM



CRM  
EXPERTEN  
RAT

BERATUNGSBRIEF

herausgegeben vom

AUSGABE 09/2015 – SEPTEMBER

www.CRM-Expert-Site.de

## Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe September 2015

### Holen Sie sich Ihre CRM-Experten ins Haus

Prof. Peter Winkelmann, Dr. Wolfgang Martin, Martina Schimmel-Schloo, Dr. Christian Huldi,  
Wolfgang Schwetz und Prof. Ralf Kreuzer

#### Der innovative Fachinforma- tionsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im  
2-Monats-Abo



# www.CRM-Expert-Site.de

**Empfehlungsmarketing:**

# Die beste Lebensversicherung für ein Unternehmen

**Umsätze steigen nicht länger proportional zum Werbedruck, sondern mit der Qualität von Mundpropaganda und Weiterempfehlungen. Diese stehen immer öfter am Anfang eines Entscheidungsprozesses und am Ende eines Kundenerlebnisses. Sie gelten als Kaufauslöser Nummer eins. Ein gut gemachtes Empfehlungsmarketing ist deshalb die beste Lebensversicherung für ein Unternehmens.**

Von Anne M. Schüller

Alles, was die Anbieter sagen, kann heute live und vor Ort auf den Wahrheitsgehalt überprüft und blitzschnell mit den Erfahrungen anderer abgeglichen werden. Die Konsumenten sind die neuen Vermarkter: glaubwürdige Markenbotschafter, lautstarke Meinungsmacher, machtvolle Berater, tatkräftige Verhaltensbeeinflusser, effiziente Vorverkäufer. Mehr als jemals zuvor leihen wir unser Ohr vor allem denen, die uns nahe stehen, die glaubwürdig sind und ihre wertvollen Erfahrungen freigiebig teilen: verlässliche Empfehler.

Zu 80 Prozent vertrauen wir dem, wozu unser persönliches Umfeld uns rät, und folgen solchen Hinweisen gern. Und zu 64 Prozent bauen wir auf das, was die Menschen auf Online-Plattformen erzählen. Doch höchstens noch zu 45 Prozent glauben wir den Werbeformaten der Anbieter im Markt, wie eine kürzliche Nielsen-Studie ergab. „Marken-Stalking“, also die aggressive Aufdringlichkeit eines Unternehmens mit klassischer Werbung, ist out. Kaufbestimmend ist in erster Linie, was das eigene Netzwerk empfiehlt.

## Die Bedeutung des Empfehlungsmarketing wächst

Ein gut gemachtes Empfehlungsmarketing ist der Zukunftsweg zu neuen Kunden. Und dies aus drei Gründen:

1. **Vertrauensbonus:** Wer in Marketing und Vertrieb, Service und Kommunikation mit Empfehlungen und Referenzen agiert, lobt nicht länger sich selbst, sondern wird von seinen Kunden gelobt. Als Empfehler agierende Kunden haben einen Vertrauensbonus. Sie machen neugierig und verbreiten Kauflaune. Sie wirken glaubhaft und neutral. Denn Empfehlungen basieren auf Erfahrungswissen. Und sie sind für den Empfänger relevant. Hierdurch verringern sich Kaufwiderstände erheblich - und das Ja-sagen fällt leicht.

2. **Datenschutz:** Im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung werden sich die Verbraucherschutzgesetze weiter verschärfen. Gleichzeitig steigen die technologischen Möglichkeiten, sich vor unerwünschter Werbung zu schützen. Bereits ein Viertel aller User setzt zum Beispiel Adblocker ein. So wird es für Unternehmen immer schwieriger, Interessenten „kalt“ anzusprechen. Eine unpassende Kontaktaufnahme kann heute nicht nur zu Fehlinvestitionen und rechtlichen Konsequenzen, sondern auch zu schwerwiegenden Reputationschäden führen. Ein Empfehler hingegen schafft nicht nur Wärme, sondern auch ein perfektes Entrée.

3. **Komplexitätsreduktion:** Verlässliche Empfehlungen geben uns Orientierung im Dschungel der Möglichkeiten. Sie erlösen uns aus Entscheidungskonflikten. Sie verringern das Risiko einer fatalen Fehlentscheidung. Sie ersparen uns Zeit und reduzieren Enttäuschungsgefahr. Und sie schaffen Sicherheit in einer zunehmend komplexen Welt. So helfen sie uns, die Spreu vom Weizen zu trennen. Sie sorgen also für etwas, das unser Gehirn besonders goutiert: die Weitergabe von Informationspaketen, die sich bewährt haben. Außerdem mag unser Oberstübchen „Brain-Convenience“ und „Peace of Mind“, also Einfachheit, Klarheit, Ruhe und Frieden. Genau deshalb folgen wir wohlmeinenden Empfehlern oft nahezu blind.

## Man muss empfehlenswert sein, um empfohlen zu werden

Empfehlungen sind die ehrlichste Form der Werbung. Doch nur herausragende Leistungen erhalten gute Mundpropaganda. Deshalb gilt: Nur wer empfehlenswert ist, wird auch weiterempfohlen. Dafür muss die Basis stimmen. Und diese liegt weit jenseits der Null-Linie von Mittelmaß und Zufriedenheit.

Mundpropaganda- und Empfehlungsmarketing kommen erst in der Begeisterungszone so richtig in Gang. Sie brauchen verlässliche Fans, „Ideenfunken“ und „Sternenstaub“. Und natürlich eine glasklare Positionierung. Viele Unternehmen haben jedoch eine so unscharfe Positionierung, dass sie vielleicht empfehlenswert wären, aber keiner genau sagen könnte, wofür.

Empfehlungen fallen auch nicht vom Himmel. Selbst enthusiastische Kunden denken nicht vollautomatisch daran, sich mit großartiger Mundpropaganda zu bedanken. Wer heute aktives Empfehlungsmarketing betreibt, wartet nicht in aller Bescheidenheit darauf, rein zufällig entdeckt zu werden. Er vertraut auch nicht allein auf sein exzellentes Angebot, sondern treibt den Empfehlungsprozess aktiv und systematisch voran.



### Das Buch zum Thema

**ANNE M. SCHÜLLER**  
**Das neue Empfehlungsmarketing**  
 Durch Mundpropaganda und Weiterempfehlungen neue Kunden gewinnen

BusinessVillage 2015, 300 Seiten, 29,80 Euro  
 ISBN: 978-3-86980-312-9  
[www.empfehlungsmarketing.cc](http://www.empfehlungsmarketing.cc)

Fortsetzung von Seite 7

Empfehlungsmarketing als Strategie bedeutet, dass aus zufälligen Empfehlungsgesprächen absichtliche werden. Das Schaffen und Gestalten von Empfehlungsgründen muss zur Daueraufgabe des gesamten Unternehmens werden. Wie diese gelöst werden kann? Darum geht es in meinem Buch „Das neue Empfehlungsmarketing“.

### Die Autorin: Anne M. Schüller

ist Keynote-Speaker, mehrfach preisgekrönte Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als Europas führende Expertin für Empfehlungsmarketing und Touchpoint Management. Sie zählt zu den gefragtesten Referenten im deutschsprachigen Raum. Wenn es um das Thema Kunde geht, gehört sie zu den meistzitierten Experten. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft. Weitere Informationen: [www.anneschueller.de](http://www.anneschueller.de)



### SEMINAR EMPFEHLUNGSMARKETING AM 26.11. 2015 IN KÖLN:

#### So machen Sie ihre Kunden zu Fans und aktiven Empfehlern

Der Kaufauslöser Nummer eins? Das sind Empfehlungen Dritter aus dem eigenen Umfeld. Deshalb gibt es für das Empfehlungsmarketing nur einen einzigen Platz: die erste Stelle im Businessplan. Die strategische Ausrichtung auf treue Fans, emsige Multiplikatoren und engagierte Empfehler ist die beste Umsatzzuwachs-Strategie aller Zeiten.

Dabei darf nichts dem Zufall überlassen bleiben. Das neue Empfehlungsmarketing umfasst viel, viel mehr als die Frage nach ein paar Adressen. Und es kann eine Menge Werbegeld sparen. Zu diesem Zweck muss es systematisch entwickelt werden. Vier Schritte und ein Strauß von weit über 40 Möglichkeiten führen dabei zum Ziel. Wie das gelingt, zeigt dieses praxisnahe Seminar.

Die TeilnehmerInnen erhalten anhand konkreter Beispiele und hilfreicher Anregungen das notwendige Handwerkszeug zur Implementierung ihrer eigenen erfolgreichen Empfehlungsmarketing-Strategie. Der Termin: 26. 11. 2015 in Köln, von 9.30 bis 17.30 Uhr. Ihr Investment: für die 1. Person 890 Euro, für die 2. und jede weitere Person 790 Euro (zzgl. MWST). Anmeldung: formlos unter [info@anneschueller.de](mailto:info@anneschueller.de)

## NEWS

### Zusammengestellt von Wolfgang Schwetz

#### SAAS-FORUM MARKTÜBERBLICK:

#### Software-as-a-Service Lösungen für kleine und mittlere Unternehmen

Kleine und mittlere Unternehmen, die so genannten KMUs, werden immer wieder als attraktive Zielgruppe für Software-Anwendungen genannt, die im Software-as-a-Service Modell angeboten werden. Als Hauptargumente werden dabei in der Regel das fehlende interne IT-Knowhow, die Möglichkeit einer nutzungsabhängigen Abrechnung der Softwarelösung sowie die ortsunabhängige Nutzung der Lösung via Internet über die unterschiedlichsten Endgeräte (PC, Notebook, Tablet Computer, Smartphone, etc.) genannt. Wie ein Blick in den SaaS-Forum Lösungskatalog zeigt, gibt es mittlerweile eine ganze Reihe von SaaS-Anwendungen, die speziell für die Zielgruppe KMUs entwickelt wurden und dabei die unterschiedlichsten Unternehmensbereiche abdecken. Mittlerweile gibt es eine Vielzahl Software-Lösungen, die im Software-as-a-Service-Modell angeboten werden und speziell für kleine und mittlere Unternehmen konzipiert wurden. Einen Überblick vermittelt der SaaS-Forum Lösungskatalog, der kostenlos im SaaS-Forum Download-Center zum Download bereit steht.

[www.saas-forum.net](http://www.saas-forum.net)

#### EXPERIAN MARKETING SERVICES:

#### Datenqualität als kritischer Erfolg

Gefahr erkannt, Gefahr gebannt. Bei einem Großteil der werbetreibenden Unternehmen in Deutschland trifft diese Erkenntnis in Bezug auf die ihnen zur Verfügung stehenden Daten nicht zu. Nur 27 Prozent der Unternehmen hierzulande bezeichnen den Umgang mit ihren eigenen Daten und der damit verbundenen Datenverwaltung als professionell und hochentwickelt. 86 Prozent der Unternehmen befürchten, dass die vorhandenen

Informationen ungenau und für datenbasiertes Marketing unbrauchbar sind – und damit liegt der Wert noch höher als im letzten Jahr (85 Prozent). Zu diesen Ergebnissen kommt die aktuelle Studie „Datenqualität als kritischer Erfolgsfaktor“, die jährlich vom Cross Channel Marketing-Spezialisten Experian Marketing Services weltweit durchgeführt wird.

[www.crmforum.de/crm-news/2015/August.html](http://www.crmforum.de/crm-news/2015/August.html)

#### WICE CRM:

#### Integration mit Outlook und Exchange erweitert

CRM-Spezialist Wice hat mit dem „Wice Outlook Synchronizer“ ein neues Tool veröffentlicht. Mit dem Windows-Programm können die Anwender Adressen und Termine zwischen Outlook und Exchange mit Wice CRM synchronisieren. Der Outlook Synchronizer ergänzt so den bereits vorhandenen „Wice Outlook Connector“, einem AddIn für Outlook, mit dem die Anwender E-Mails aus Outlook in Wice CRM abspeichern können. Wice vervollständigt damit die Integration von Outlook und Exchange mit dem CRM-System. „Viele Anwender benutzen Outlook und Exchange, um ihre Adressen und Termine zu verwalten. Mit unserem neuen Outlook Synchronizer können die Anwender diese leicht zwischen beiden Welten austauschen. Sie haben so Ihre wichtigen Adressdaten und Termine im CRM und in Outlook immer aktuell“, stellt Wice-Geschäftsführer Jürgen Schüssler die Vorzüge des neuen Programms vor [www.crmforum.de/crm-news/2015/August.html](http://www.crmforum.de/crm-news/2015/August.html)

#### SUGARCRM:

#### Kooperation mit Infosys

SugarCRM geht eine Vertriebspartnerschaft mit dem Beratungs- und IT-Dienstleistungsunternehmen Infosys ein. Infosys wird auf Sugar basierende Customer Relationship Management-Lösungen vertreiben.

[www.crmforum.de/crm-news/2015/August.html](http://www.crmforum.de/crm-news/2015/August.html)