

Kundenbindung: 5 Tipps, wie Ihre Käufer zu langfristigen Kunden werden

10. Dezember 2018

Kundenbindung - So sichern Sie den Erfolg Ihres Unternehmens

In jedem Unternehmen stellt die Kundenbindung ein wesentliches und äußerst elementares Thema dar, denn diese sichert das erfolgreiche Fortbestehen Ihres Unternehmens. Oftmals liegt jedoch leider das Hauptaugenmerk "nur" auf der Akquise von neuen Kunden, dabei steckt so viel Umsatzpotenzial in der bestehenden Kundschaft. Wir verraten Ihnen, wie Sie es schaffen, Ihre Kunden dauerhaft an Ihr Unternehmen zu binden.



Was versteht man unter Kundenbindung?

Obwohl das Thema "Kundenbindung" sehr umfassend und komplex ist, ist die Erklärung, worum es sich hierbei genau handelt, schnell übermittelt. Kundenbindung steht für die notwendige Basis des ökonomischen Erfolges eines jeden Unternehmens und spielt auch im Bereich der Wachstumsziele eine wesentliche Rolle. Unternehmen sollten Maßnahmen entwickeln, wie sie ihre Kunden dauerhaft an sich binden können und wie diese Bindung noch effizienter werden kann.

Wie aus Käufern Kunden werden

Wichtig für Sie als Unternehmer ist das Ziel, aus einem Käufer einen langfristigen Kunden zu machen. Sie und Ihre Mitarbeiter tun daher gut daran, wenn Sie Ihren Kunden nicht nur als "Momentaufnahme" ansehen, sondern den Fokus auf die zukünftigen Umsätze mit diesem Kunden legen. Dienstleister wie [DataLab](#) können Ihnen hierbei gezielt helfen und Sie bei der Kundenbindung unterstützen.

5 Tipps, wie Sie Ihre Käufer als langfristige Kunden gewinnen können

1. Tipp: Der Service

Der Service eines jeden Unternehmens steht für die Kunden in der Regel ganz oben auf der Prioritätenliste. Hat ein Kunde erst einmal schlechte Erfahrungen in diesem Bereich gemacht, dann ist die Wahrscheinlichkeit sehr hoch, dass aus dem Käufer kein dauerhafter Kunde wird. Ihr Unternehmen sollte sich daher mit einem unvergleichbaren Service von allen anderen Konkurrenzunternehmen absetzen.

Achten Sie daher stets auf eine kompetente Beratung, eine zuvorkommende Behandlung und eine entsprechende Freundlichkeit. Bedenken Sie hierbei auch, dass Käufer und Kunden als Sprachrohr agieren. Zufriedenheit und Unzufriedenheit werden schnell an Familie und Freunde weitergetragen, gerade in Zeiten von Social Media.

2. Tipp: Die persönliche Ansprache der Kunden

Da wir alle nur Menschen sind und der Mensch an sich in gewisser Weise "programmiert" ist, erfreuen und ärgern wir uns oftmals über dieselben Verhaltensweisen. Sprechen Sie daher Ihre Kunden immer persönlich und mit Namen an. Der Kunde wird sich dadurch nicht nur als etwas Besonderes fühlen, sondern bekommt unmittelbar das Gefühl von Vertrauen und Aufgehobenheit.

3. Tipp: Bonus für Stammkunden

Lassen Sie sich für Ihre Stammkundschaft etwas Besonderes einfallen wie z.B. einen Bonus oder eine Sondervergütung. Kunden sehen es gerne, wenn sie für ihre dauerhafte Treue belohnt werden, denn so erfahren sie, dass sich Loyalität auch auf weiteren Ebenen auszahlt. Sie als Unternehmer profitieren zudem auch von einem solchen Bonussystem, indem der Kunde zum häufigeren Einkauf oder Nutzen Ihrer Dienstleistung animiert wird.

4. Tipp: Grüße zu saisonalen Anlässen und Geburtstag

Ein jedes Unternehmen hat in der Regel eine gut geführte Kundendatei mit Informationen wie Name, Anschrift und Geburtsdatum. Machen Sie sich diesen Vorteil zunutze und versenden Sie zu den gegebenen Anlässen wie Geburtstag, Weihnachten und Ostern entsprechende E-Mails. Kunden mögen diese Art der Aufmerksamkeiten und wissen es zu schätzen, wenn sie nicht nur bei einem Kauf beachtet werden.

5. Tipp: Give Aways

Give Aways sind in Unternehmen seit eh und je ein gern gewähltes Werbemittel, jedoch haben sich auch in diesem Bereich die Zeiten etwas geändert. Lassen Sie lieber die Finger von altbekannten Werbemitteln wie Feuerzeugen, Kalendern und Kugelschreibern. Setzen Sie hingegen auf Individualität.

[Passen Sie die Give Aways an Ihren Unternehmensstil an](#) und verschenken Sie mit Bedacht und Originalität.

Aber aufgepasst:

Kunden sind nicht gleich Kunden. Die wichtigsten Kunden für Sie und Ihr Unternehmen sind ertragreiche Kunden. Wie Sie diese identifizieren, erfahren Sie in dem Beitrag [Gezielte Kundenbindung: Die Kundenwertanalyse identifiziert ertragreiche Kunden](#)

© www.business-netz.com - alle Rechte vorbehalten