

DM-Tipp

21 Tagestipps aus: «Das Leuchtturmprinzip»



Nach dem Pareto-Prinzip erzielt man mit 20 Prozent der Kunden 80 Prozent des Umsatzes. Wozu dann eigentlich die 80 Prozent Kunden, die nur 20 Prozent Umsatz bringen? Mit ein paar Topkunden mehr käme man ja auf dasselbe Resultat – und erst noch bei viel weniger Aufwand. Dies sei möglich, sagen Stacey Hall und Jan Stringer, die Autorinnen des Buchs «Das Leuchtturmprinzip». Ihre einleuchtende These: Einfach die «perfekten» Kunden anziehen ...

21 Tagestipps aus: «Das Leuchtturmprinzip»

1. **Richten Sie Ihren Blick auf den Horizont**, statt nur auf die nächste Aufgabe.
2. **Lassen Sie Ihre perfekten Kunden wissen, dass sie perfekt sind.** Denn Ihre Anerkennung erhöht deren Loyalität.
3. **Machen Sie sich klar, dass die Kunden Sie suchen.** Ihre Marketingaufgabe ist es also, Ihren potenziellen Kunden zu helfen, Sie zu finden. Analysieren Sie dazu, wie Ihre besten Kunden Sie gefunden haben und verstärken Sie Ihre Aktivitäten in dieser Richtung.
4. **Nehmen Sie immer wieder Verbesserungen vor.** Lassen Sie all jene Kunden ziehen, die nicht perfekt sind für Ihr Unternehmen.
5. **Hören Sie auf Ihre innere Stimme.** Der Verstand gibt barsche Anweisungen, die innere Stimme jedoch leitet nur sanft. Lernen Sie, sie ernst zu nehmen und nach ihr zu handeln.
6. **Rechnen Sie damit, dass Erfolge wie Misserfolge aussehen.** Beachten Sie Misserfolge als ersten Schritt auf dem Weg zu Erfolgen.
7. **Verändern Sie die Situation.** Indem Sie Ihre eigene Beziehung zu einer Situation verändern, können Sie das Verhalten Ihrer Gegenüber beeinflussen.
8. **Erkennen Sie Ihre Fortschritte an und haken Sie noch nicht Erreichtes ab.** Und zwar, indem Sie beides aufschreiben, das Erreichte wie auch das Nichterreichte. Das Auflisten von Erreichtem relativiert das ungute Gefühl, das Nichterreichtes auslöst. Und durch das Aufschreiben von unerledigten Dingen machen Sie Ihren Kopf frei.
9. **Sorgen Sie für intensiven Austausch.** Fragen Sie Ihre perfekten Kunden nach ihren Bedürfnissen, damit Sie diese noch besser erfüllen können.
10. **Akzeptieren Sie, dass Sie nicht alles wissen.** Hinterfragen Sie Ihre vorgefassten Annahmen und Ihr Wissen. Nur so öffnen Sie sich für Ihre eigenen Bedürfnisse – oder für diejenigen Ihrer Kunden.
11. **Nutzen Sie den «Flow».** Dazu müssen Sie aufhören, sich an die «Art und Weise, wie es immer gemacht wurde», zu klammern und daran glauben, dass es einen besseren Weg gibt, um Ihre Ziele zu erreichen.
12. **Begrüssen Sie Unterbrechungen.** Betrachten Sie Unterbrechungen nicht mehr als unvermeidliches Übel, sondern als Engel mit einer wichtigen Botschaft, die Sie weiterbringen.
13. **Ziehen Sie aktiv Fülle an.** Konzentrieren Sie sich auf das Positive in Ihrem Umfeld, denn die Energie fließt immer dorthin, wohin unsere Aufmerksamkeit gerichtet ist.
14. **Freuen Sie sich mit anderen über deren Erfolge.** Wenn Sie sich über die Erfolge anderer freuen, statt sie zu beneiden, können Sie die positive Energie dieser Erfolge auch für sich nutzen.
15. **Werden Sie gleich aktiv.** Denn alles Planen nützt nichts, wenn Sie nicht handeln.
16. **Stellen Sie Ihre Fachkenntnis unter Beweis.** Vermitteln Sie Ihre Fachkenntnisse, damit Sie Kunden anziehen, die von diesem Wissen profitieren möchten.
17. **Schaffen Sie Raum für Neues.** Trennen Sie sich von allem, was Sie nicht mehr brauchen. So umgeben Sie sich und Ihr Unternehmen mit Klarheit – im physischen wie im übertragenen Sinn – und schaffen Platz für Neues. Zum Beispiel für neue perfekte Kunden.
18. **Geniessen Sie einen Tag lang einfach nur Ihren Erfolg.** Statt sich davor zu fürchten, dass Sie dem Kundenansturm nicht gewachsen sein könnten.
19. **Bauen Sie eine engere Beziehung zu einem Ihrer Konkurrenten auf.** Um erkennen zu können, inwiefern sich Ihr Unternehmen von anderen unterscheidet, müssen Sie sich mit deren Leitbildern befassen.
20. **Verschaffen Sie sich Klarheit über sich selbst.** Sie müssen sich darüber im Klaren sein, was Ihre perfekten Kunden von Ihnen erwarten können. Nur so kommunizieren Sie klar und verständlich und ziehen so die richtigen Kunden an.
21. **Achten Sie auf positive Vorzeichen.** Die Dinge, die geschehen, sind positive Vorzeichen für das, was noch kommen wird.

Quelle: Das Leuchtturm-Prinzip. Wie Sie die richtigen Kunden gewinnen. Von Stacey Hall und Jan Stringer. 2001. ISBN-10: 3-89749-627-5

Übrigens: Noch mehr Tipps und Praxiswissen zum Thema gibts im kostenlosen [Onlinekurs «Kundengewinnung»](#).

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

Telefon 0848 888 888
E-Mail directpoint@post.ch
Internet www.post.ch/directpoint