

DM-Tipp

So werden und bleiben Kunden treu



Kundenloyalität trägt wesentlich zum nachhaltigen Erfolg eines Unternehmens bei. Auf dem richtigen Weg ist, wer sich nicht nur auf seine Marktleistung konzentriert, sondern seine Kunden auch emotional erreicht. In unserem Tipp haben wir die wichtigsten Erkenntnisse für Sie zusammengefasst. Damit Ihre Kunden nicht nur treu werden, sondern es auch bleiben.

17 Tipps, wie Kunden treu bleiben

1. **Loyale Mitarbeiter:** Schaffen Sie für Ihre Mitarbeiter ein motivierendes Umfeld. Begeisterte Mitarbeiter sind die beste Voraussetzung für begeisterte Kunden!
2. **Mitarberschulung:** Schulen Sie alle in direktem Kundenkontakt stehenden Mitarbeiter in Bezug auf Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft. Der Service-Gedanke muss immer präsent sein und gelebt werden.
3. **Kundenorientierung:** Machen Sie Kundenorientierung zu Ihrer Unternehmensphilosophie und stellen Sie den Kunden mit seinen Wünschen und Bedürfnissen ins Zentrum Ihrer Tätigkeiten. Passen Sie – falls nötig – Prozesse und Infrastruktur der neuen Ausrichtung an. Und denken Sie daran: Auch Wünsche in Bezug auf die Werbekontakte gilt es zu berücksichtigen!
4. **Wissen aktiv nutzen:** Sorgen Sie mit einer geeigneten Infrastruktur dafür, dass Ihre Mitarbeiter die vorhandenen Kundeninformationen in Echtzeit abrufen und dem Kunden so kompetent begegnen können.
5. **Gute Qualität:** Nur, wenn die Qualität respektive das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt, wird der Kunde wieder kaufen.
6. **Mehrwerte bieten:** Bieten Sie Ihren Kunden Mehrwerte in Form von Gratis-Services wie zum Beispiel ein Beratungstelefon, Rabatt- und Geschenkgutscheine, Tipps, Kurse und anderes mehr. Hier ist Kreativität gefragt!
7. **Wertschätzung zeigen:** Überraschen Sie Ihre besten Kunden ab und zu mit einer Kleinigkeit. Das kann eine Rose, eine Delikatesse oder ein kleines Werbepräsent sein. Durch solche kleinen Geschenke fühlen sich die Kunden geschätzt und sind wirklich begeistert.
8. **Erlebnisse schenken:** Schenken Sie Ihren besten Kunden besondere Erlebnisse und geben Sie Ihnen auf diese Weise etwas zurück von dem, was sie Ihnen durch ihre Treue schenken. Laden Sie sie zum Beispiel zu Degustationen, Modeschauen oder anderen Veranstaltungen ein.
9. **Bevorzugte Behandlung:** Informieren Sie Ihre guten Kunden als erste über Ausverkäufe, gewähren Sie Ihnen Treuerabatte oder laden Sie sie zu einem Fachreferat ein.
10. **Geburtstagsgeschenk:** Schicken Sie Ihren Kunden zum Geburtstag einen Gutschein oder eine kleine Überraschung.
11. **Dankeschön nach dem Kauf:** Bedanken Sie sich mit einer kleinen Aufmerksamkeit für grössere Aufträge und bieten Sie bei Fragen Ihre Unterstützung an.
12. **Reklamationen:** Bieten Sie auch nach dem Kauf einen guten Service. Wer bei Reklamationen auf offene Ohren stösst, grosszügig entschädigt wird und auch sonst auf seine Fragen rund ums Produkt zu jeder Zeit kompetente und freundliche Antworten erhält, bleibt länger treu.
13. **Empfehlungsmarketing:** Bitten Sie Ihre guten Kunden darum, Sie weiterzuempfehlen. Wichtig ist, dass auch der empfehlende Kunde daraus einen konkreten Nutzen ziehen kann (lesen Sie mehr dazu im [Onlinekurs «Kundengewinnung»](#)).
14. **Datengestützt und individuell kommunizieren:** Analysieren Sie das Verhalten Ihrer Kunden und stimmen Sie Ihre Kommunikationsmassnahmen auf die Resultate der Analyse ab. So können Sie absprungsgefährdeten Kunden ein besonders attraktives Angebot unterbreiten, entwicklungsfähige Kunden öfter anschreiben oder gezielte Cross- und Up-Selling-Angebote platzieren. Damit steigern Sie nicht nur die Erfolgchancen Ihrer Werbung, der Kunde ist zudem erfreut, dass er Angebote bekommt, die seinen Bedürfnissen entsprechen.
15. **Kundenbindungsprogramme:** Um die Beziehungen zu den umsatzstarken Kunden optimal zu gestalten, eignen sich je nach Branche auch Kundenbindungsprogramme wie Kundenclubs, Kundenkarten, Bonusprogramme und Couponing (lesen Sie mehr dazu im [Onlinekurs «Kundenbindung»](#)).
16. **Keine Nachteile für Kunden:** Kunde zu sein, darf nie ein Nachteil sein. Mit aggressiven Kundengewinnungs-Massnahmen können Sie Ihre Stammkunden verärgern. Stellen Sie also sicher, dass auch Ihre bestehenden Kunden von denselben attraktiven Angeboten profitieren können.

17. **Kundenzeitung/Newsletter:** Informieren Sie Ihre Kunden regelmässig über neue Produkte und News aus Ihrem Hause. Auch Tipps und Wissenswertes rund um Ihr Angebot, Praxisbeispiele und Interviews mit Kunden oder Branchencracks sind gern gelesene Inhalte.

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

Die Schweizerische Post
PostMail
Direct Marketing
Viktoriastrasse 21
3030 Bern

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