



## Neukundengewinnung

– und Vertrauenspflege bei bestehenden Kunden

Wenn Sie handwerkliche Dienstleistungen bieten, die stark von der ausführenden Person abhängen, wie Installation, Montage und Wartung, ist der Vertrauensbildung wichtig. Jeder vernünftig denkende Kunde wird sich vor seiner Auftragsvergabe diese drei Fragen stellen:

1. Werden Sie halten, was Sie versprechen?
2. Sind Sie Ihren Preis wert?
3. Wird Ihre Leistung ihm auch wirklich nützen?

Texte, wie “Wir stehen Ihnen mit unserer langjährigen Erfahrung sowie fundiertem Fachwissen kompetent zur Seite”, werden Ihnen keine neuen Aufträge verschaffen. Um das Kundenvertrauen zu gewinnen, brauchen Sie keine ausgebufften Verkäufertricks, sie behindern sogar Ihren Erfolg. Der Kunde merkt schnell, wenn er es mit einem Blender zu tun hat.

Vertrauensaufbau – richtig betrieben wird dafür sorgen, dass Kunden sich von selbst bei Ihnen melden werden. Dazu acht Tipps für Ihren persönlichen Vertrauensaufbau:

### 1. Bedrängen Sie Ihre Interessenten nicht

Vertrauen verdienen Sie sich nicht durch ständiges Nachfragen, ob aktueller Bedarf an Ihrer Leistung besteht, warum denn der versprochene Folgeauftrag ausbleibt oder ob der Prospekt, den Sie vor wenigen Tagen unaufgefordert geschickt haben, auch gut angekommen ist. Das wird den Interessenten, den Kunden eher nerven. Vertrauen gewinnen Sie leichter, indem Sie Ihrem potenziellen Kunden interessante Informationen bieten. Und keinen oberflächlichen Werbeprospekt. Ihr Kunde muss frei wählen können, wann er mit Ihnen Kontakt aufnehmen möchte. Kommt er freiwillig auf Sie zu, haben Sie bereits einen großen Vertrauensbonus gewonnen.

### 2. Vertrauen wächst durch Vertrautheit

Je öfter ein Kunde “Gutes” von Ihnen hört, desto stärker und nachhaltiger bleiben Sie ihm im Gedächtnis. Fünfmal hintereinander anrufen, reicht jedoch nicht. Jeder Kontakt muss einen neuen Beitrag zum Vertrauensaufbau leisten, Ihrem Interessenten eine zusätzliche, wertvolle Information bieten. Zum Beispiel eine Studie, die untermauert, was Sie bislang nur behauptet haben. Dazu brauchen Sie etwas, was den meisten leider fehlt: Geduld! Diese Geduld macht sich mittel- und langfristig für Sie bezahlt.

Vergleichen Sie den Aufbau einer neuen Kundenbeziehung mit einer sich entwickelnden Partnerschaft: Man verabredet sich zunächst fürs Kino. Man geht gemeinsam essen. Man redet zunächst über Alltägliches. Bis Ihnen der Partner so vertraut erscheint, dass Sie eine gemeinsame Zukunft planen. Das führt zu dem wichtigen Punkt: Bei der Neukundengewinnung zählt nicht der bombastische Blumenstrauß, wichtig sind die dauerhaften kleinen “Liebesgesten”. Mit solch kleinen, dafür beständigen zielgerichteten Aktionen gewinnen Sie mehr Vertrauen, als mit einer sündhaft teuren Werbekampagne.

### 3. Zahlen Sie kontinuierlich auf Ihr Vertrauenskonto ein

Der Zins- und Zinseszinsseffekt Ihrer vertrauensbildenden Maßnahmen ist beachtlich und bereits nach kurzer Zeit für Ihre Mitbewerber kaum aufzuholen. Jede wertvolle Information, jeder gratis erbrachte Service, jeder Tipp, den Sie Ihrem Interessenten bieten, baut Ihren Vorsprung weiter aus.

Dies ist übrigens mit ein Grund, warum gute Kundenbeziehungen belastbar sind. Läuft es mal nicht so wie geplant, sinkt Ihr Vertrauenskonto nur minimal. Sie können es rasch wieder auffüllen.

Vertrauensguthaben erzielen Sie auch, wenn Sie mehr leisten als ausgemacht war. Stapeln Sie bewusst etwas tiefer und überraschen Sie dann mit einer Leistung, die besser, schneller oder umfangreicher ist, als vom Kunden erwartet. Und bedenken Sie: Kundenzufriedenheit ist eine subjektive Empfindung. Für den Kunden misst sich diese Zufriedenheit meist in dem Unterschied zwischen dem, was er von Ihnen bekommt, und dem, was Sie versprochen haben. Je größer diese Lücke im positiven Sinne, desto zufriedener ist Ihr Kunde. Also: Versprechen Sie nie mehr, als Sie halten können!



**handwerkonline.eu**

Ihr persönliches Handwerker-Netzwerk

#### **4. "Werben" Sie indirekt ...**

Angenommen, Ihr potenzieller Kunde erfährt über Ihre Arbeit durch einen Artikel in einer Fachzeitschrift. Eine Super-Werbung für Sie. Und, der neutrale Bericht über Ihre Arbeit weckt wesentlich mehr Vertrauen als jede noch so gut geschriebene Werbebroschüre.

Auch Kundenempfehlungen gehören zu dieser effektiven Form, Schützenhilfe beim Vertrauensaufbau zu bekommen.

Die fehlenden 4 Hinweise und weitere interessante Themen, die Ihnen in Ihrem Geschäft hilfreich sein können, finden Sie im Mitgliederbereich von [handwerkonline.de](http://handwerkonline.de).

**Einfach kostenlos als Basismitglied registrieren und mehr wissen ...**