

BNI Mitgliedertag
Schweiz 2010



Mundpropaganda als Marketingstrategie?

Thomas W. Albrecht
referralnetworker.com

Megatrend:

Kommunikations- revolution

Megatrend:

~~Kommunikations-
revolution~~

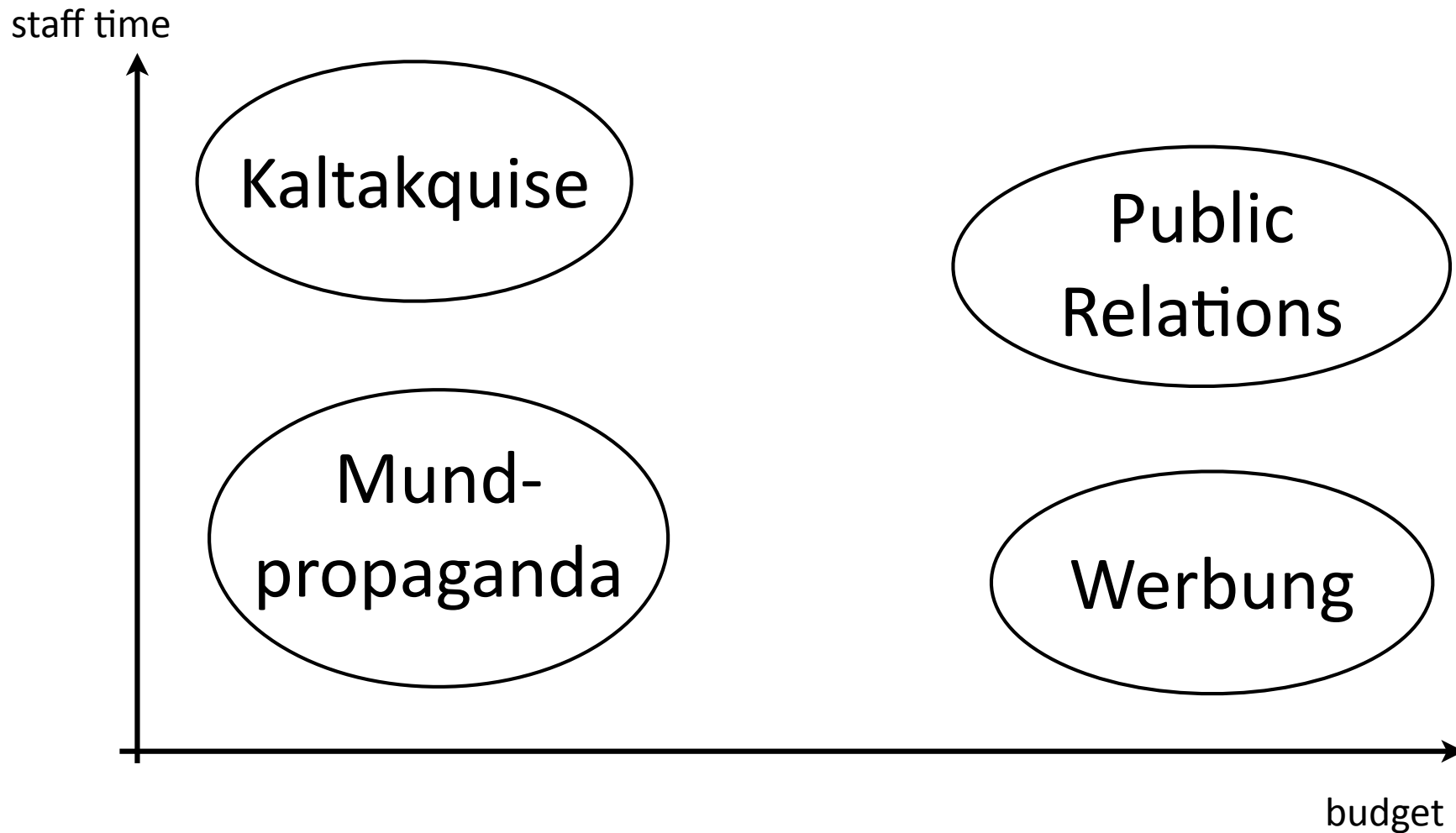
Megatrend:

Beziehungs-
gesellschaft

**Wie finden Sie eigentlich kaufbereite
Kunden?**

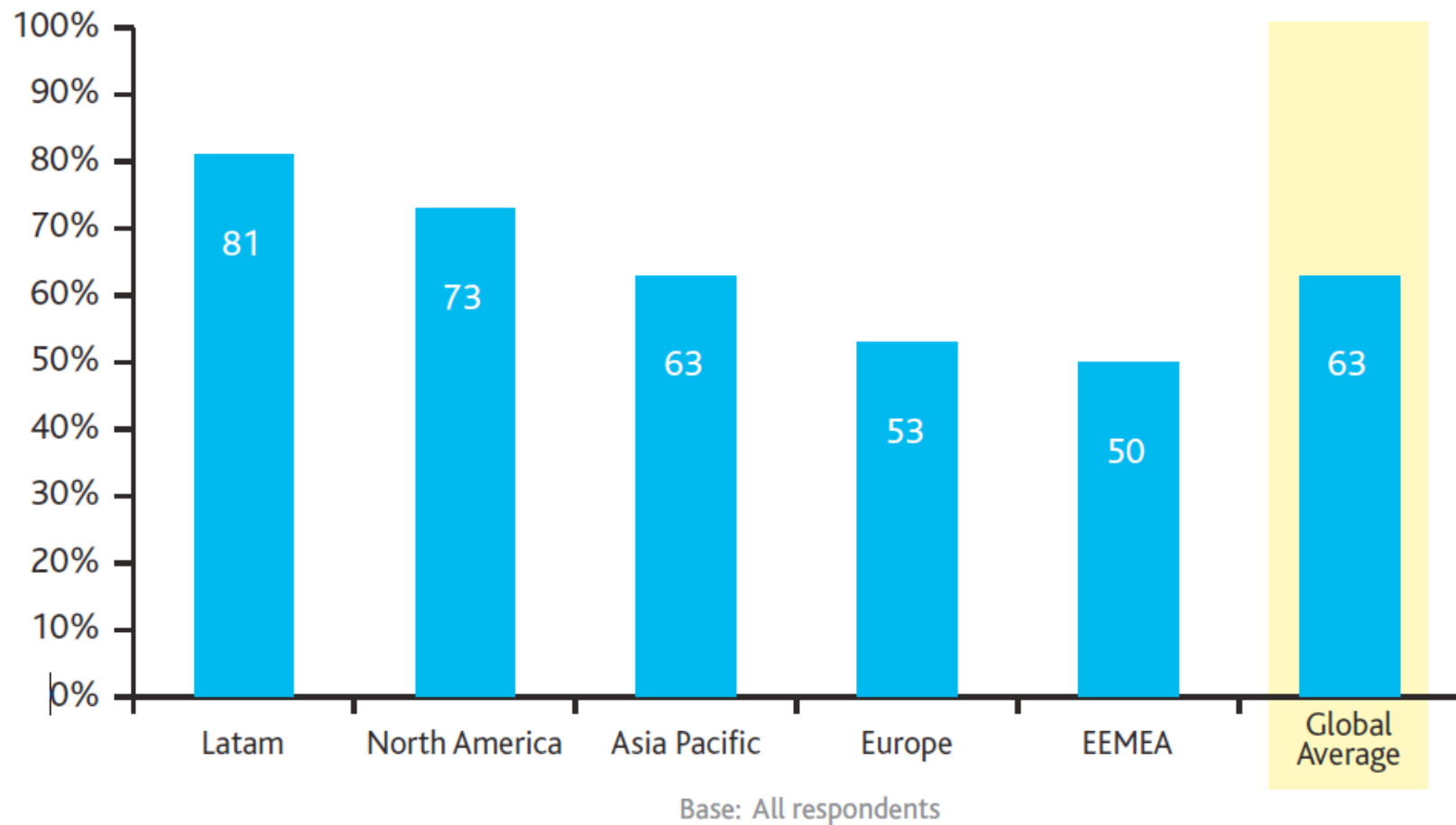
**Durch persönliches
Beziehungsmanagement?**

4 Wege des Marketings



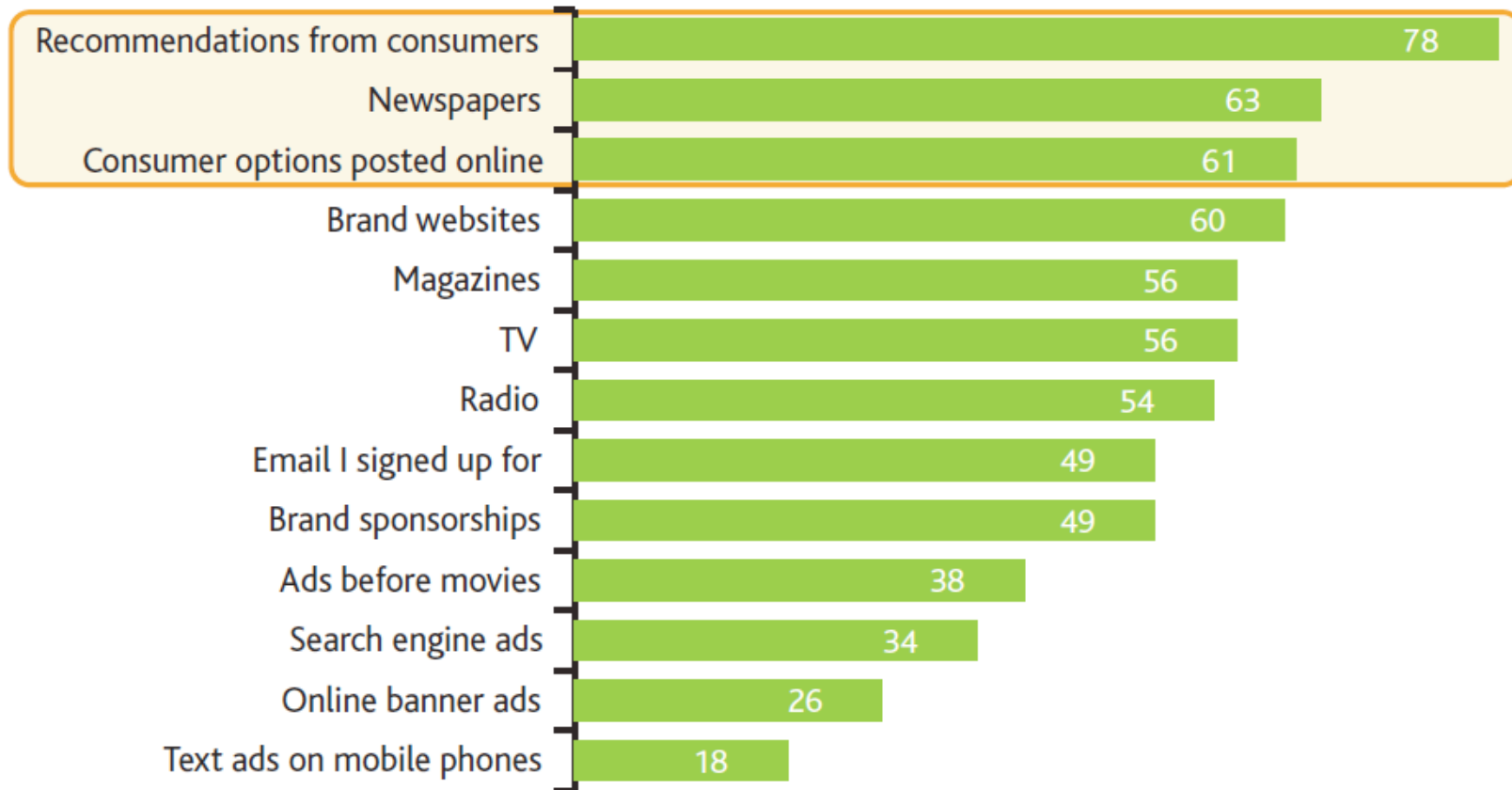
Fact #1

Ads – possibly advertorials - in Newspapers were considered trustworthy, particularly for Latin Americans. People in EEMEA were less convinced.



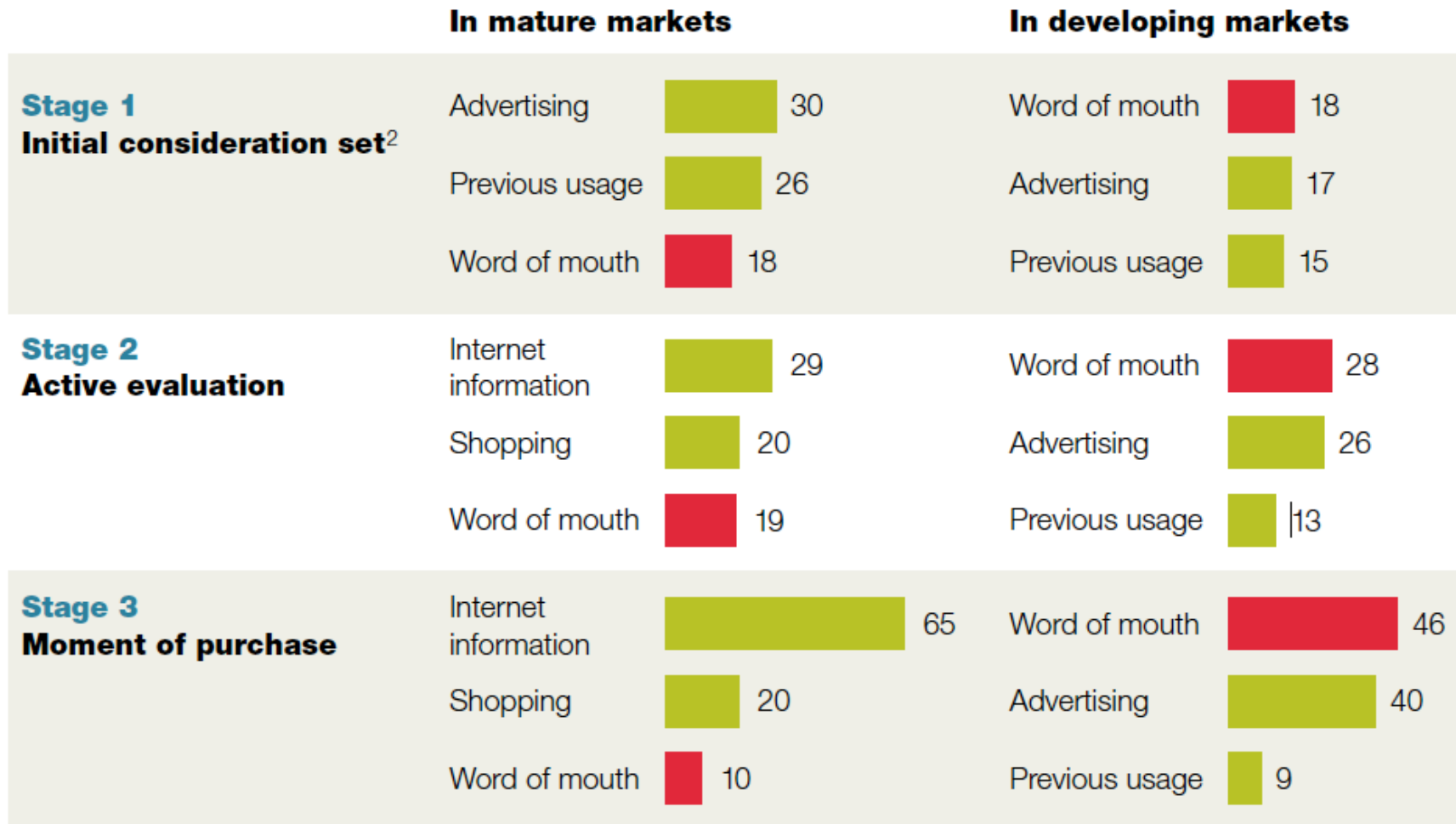
Fact #2

In general, consumers trust other consumers!
Traditional Media fare reasonably well, but online and mobile phone Ads aren't to be trusted



Base: All respondents

Fact #3



¹Figures do not sum to 100%, because percentages for several other factors are not shown.

²Excludes consumers who were contacted by provider to extend contract after expiration.

Wir wollen empfohlen werden, oder?

Vorteile:

- der Abschluss ist leichter, weniger Einwände
- weniger Beschwerden
- Kunden sind loyaler
- Kunden bleiben länger unsere Kunden
- Kunden vertrauen uns mehr
- Kunden sind weniger preissensitiv

Der W-O-M Faktor

- Mundpropaganda funktioniert immer bei schlechten Erfahrungen.
- Guter Kundenservice verringert nur negative Mundpropaganda.
- Um durch Mundpropaganda mehr Geschäft zu machen, ist einiges zu tun ...

Was ist das
Entscheidende an
einer
(geschäftlichen)
Beziehung?

Gegenseitigkeit

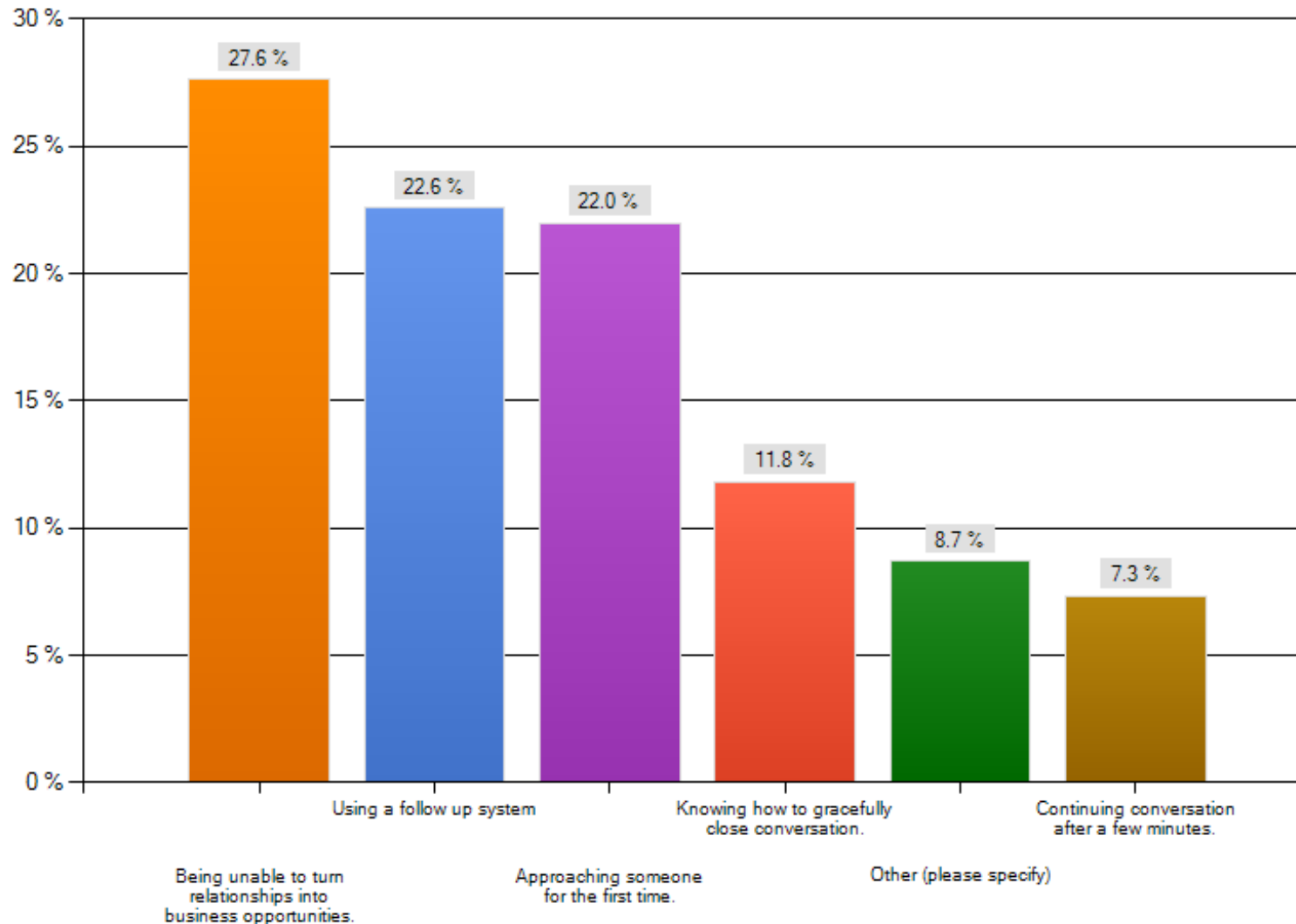
Wir alle sind schon
Netzwerker.

Haben Sie einen

Plan?

Die größten Schwächen beim Netzwerken

What do you feel is your greatest weakness in networking?

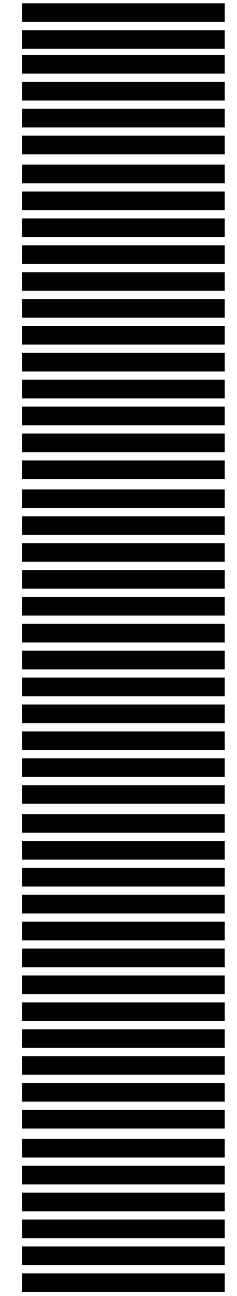
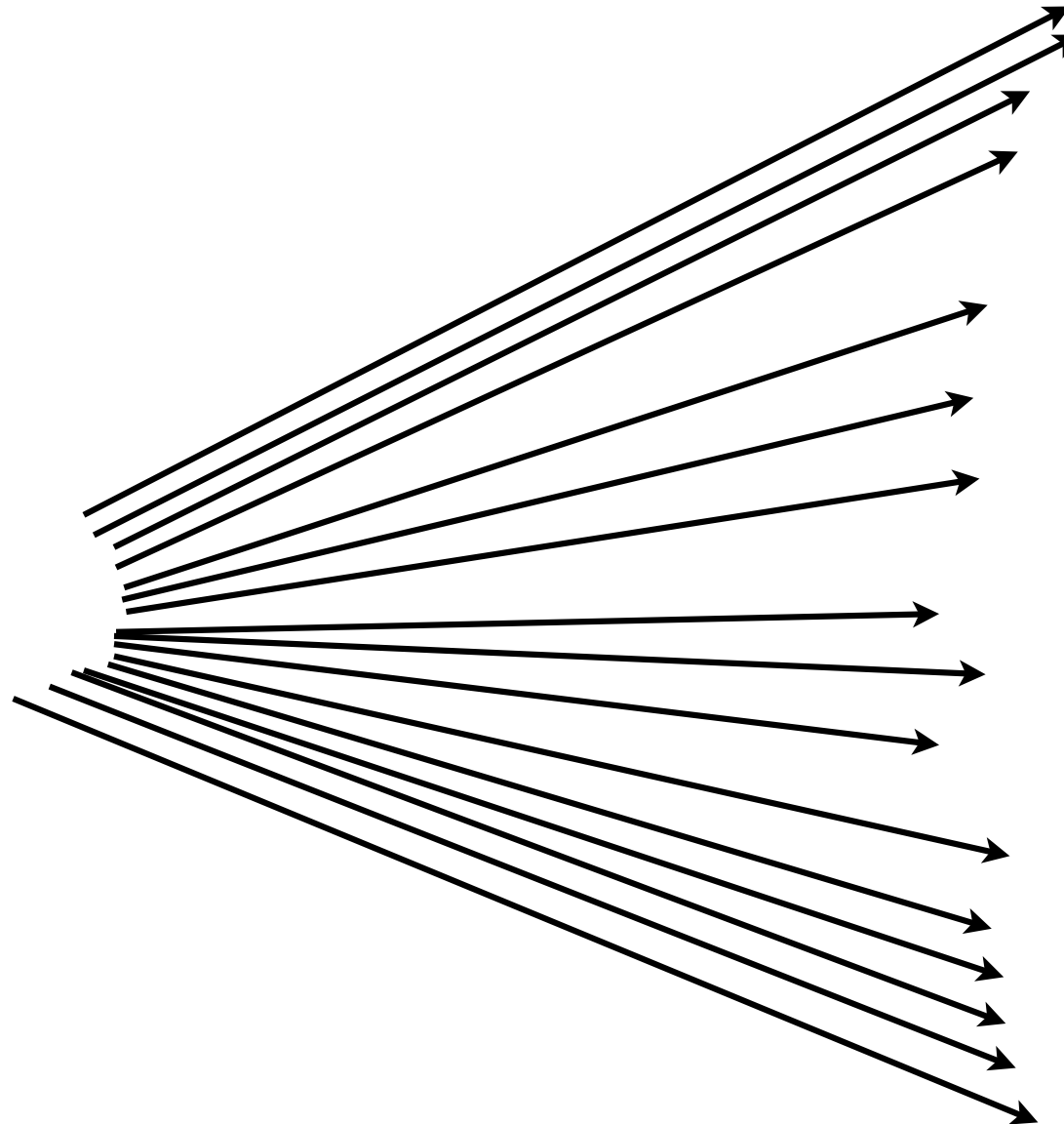


**#1 Schwäche:
Beziehungen in
Geschäftsmöglichkeiten
umwandeln.**

Traditioneller Weg

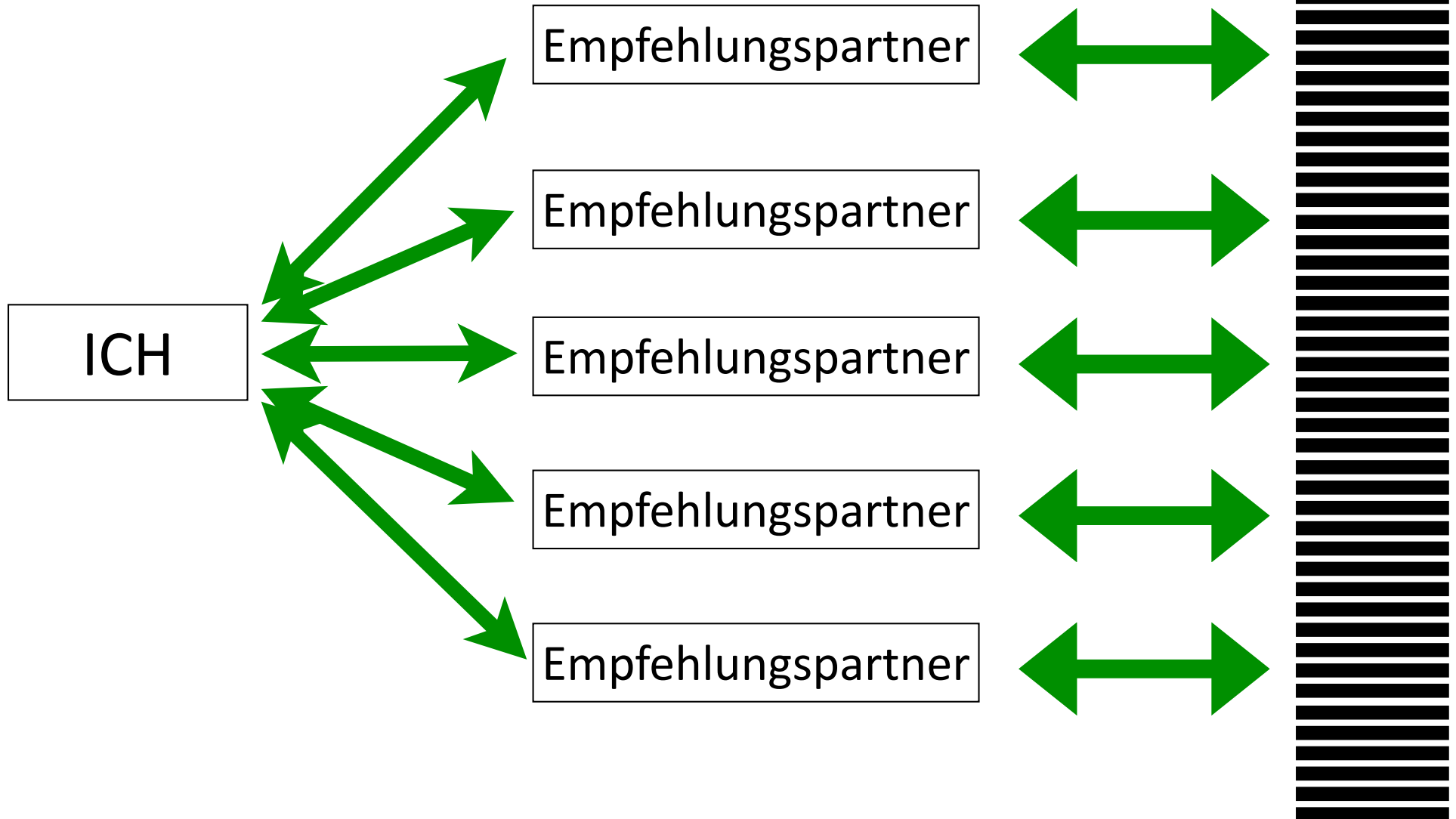
Interessenten

ICH

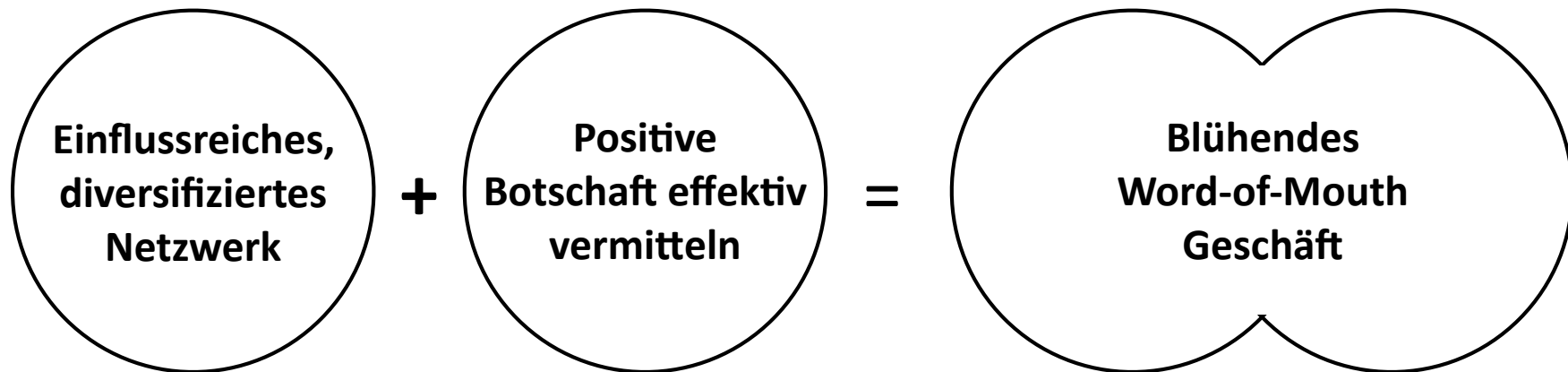


Mundpropaganda

Interessenten



Die W-O-M Formel



Das W-O-M Gitter

**Einflussreiches, diversifiziertes
Netzwerk**

| | | | | |
|------------|--|----------|--|--|
| Charmeur | | | | Referral Marketing Master |
| | | | | |
| | | Lehrling | | |
| | | | | |
| Einsiedler | | | | Jäger |

Positive Botschaft effektiv vermittelt

Positive Botschaft effektiv vermitteln

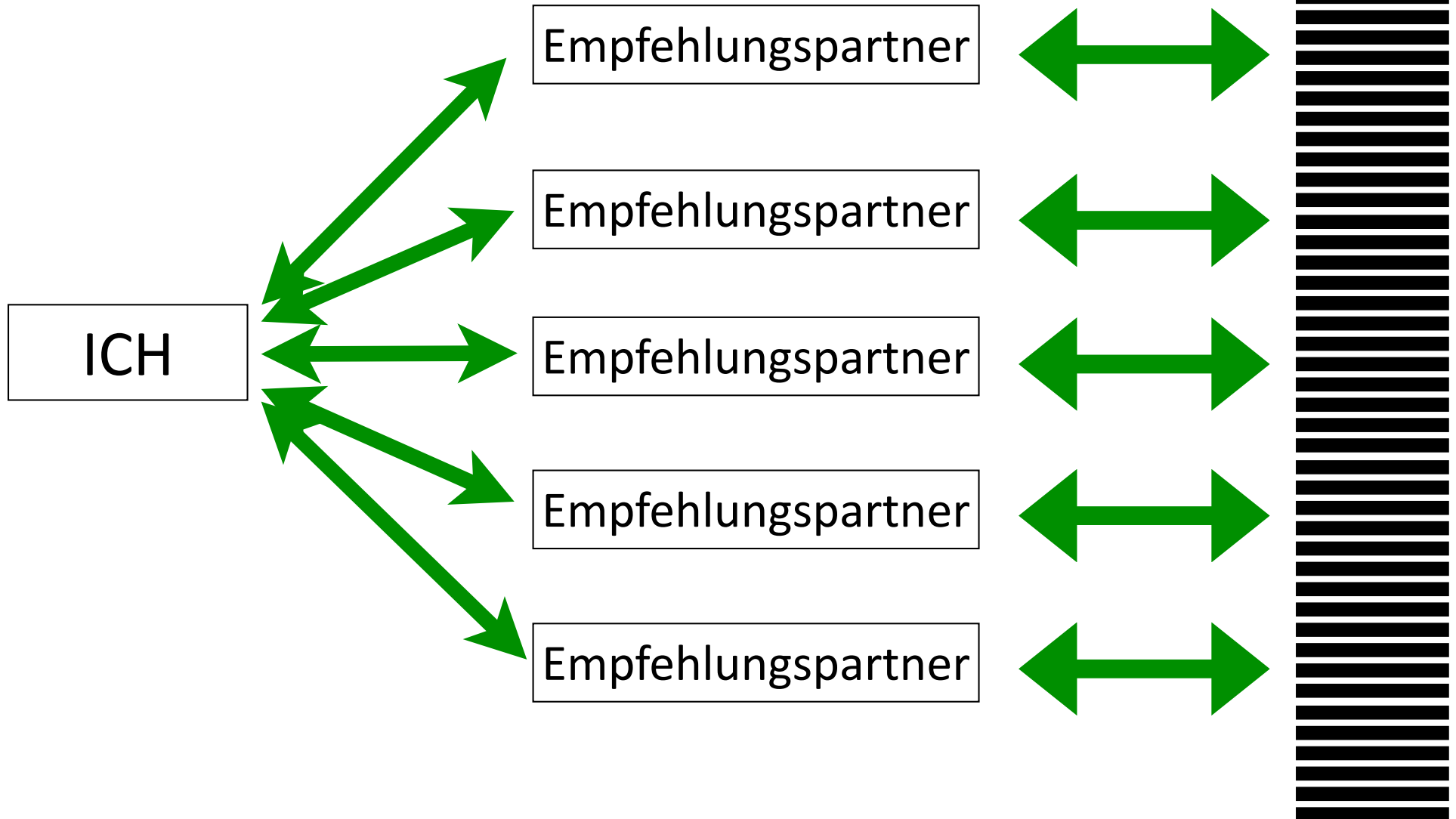
**Weiß Ihr Netzwerk
eigentlich genug über Sie
und über Ihr Geschäft, um
Sie weiterempfehlen zu
können?**

Zuerst: Entdecken Sie nochmals Ihr Geschäft

- Sie kennen Ihr **Mission-Statement**
- Sie kennen Ihre **Produkte** und **Leistungen**
- Sie haben Ihren **Zielmarkt** definiert
- Sie kennen Ihre **Wettbewerbsfähigkeit**

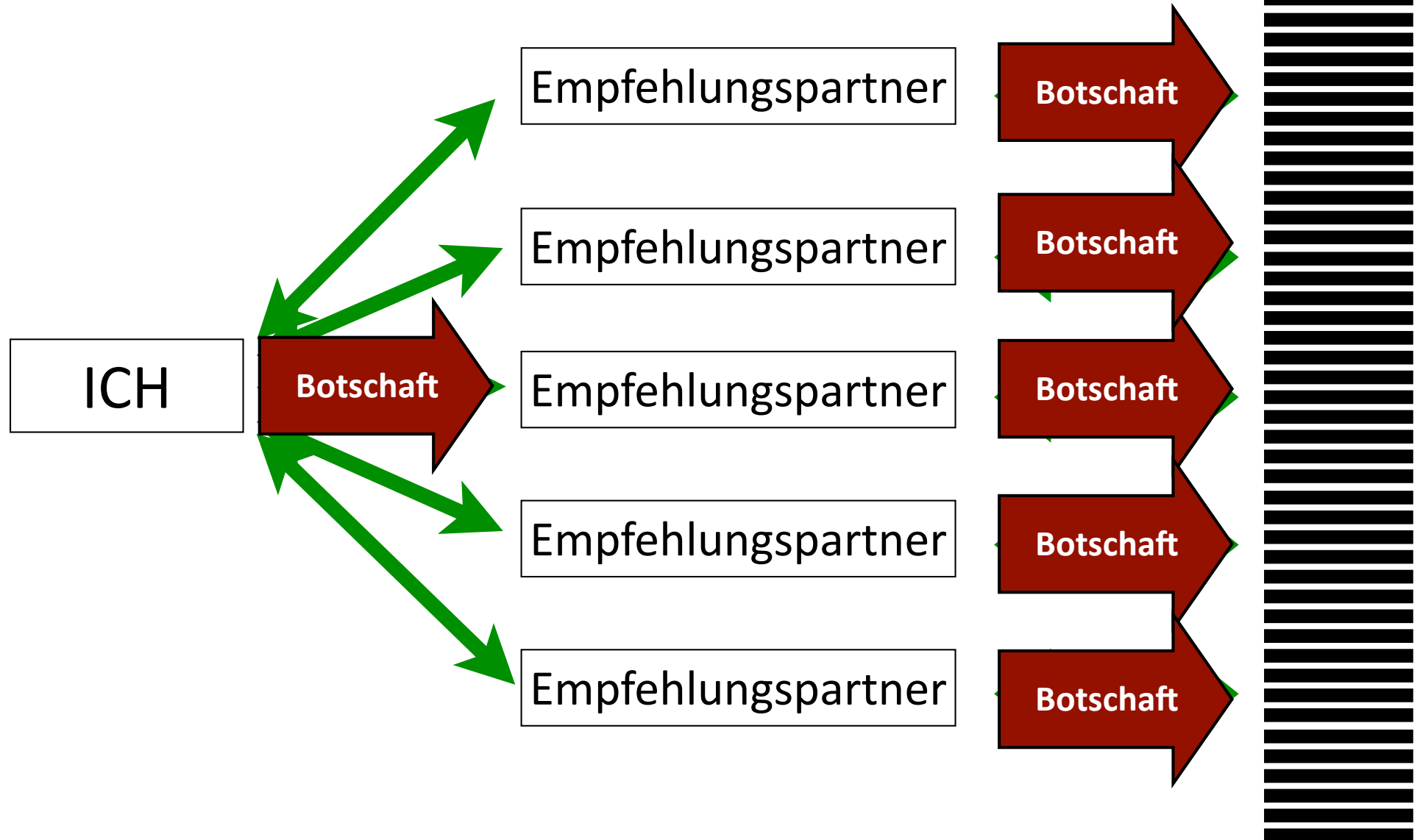
Mundpropaganda

Interessenten



Mundpropaganda

Interessenten



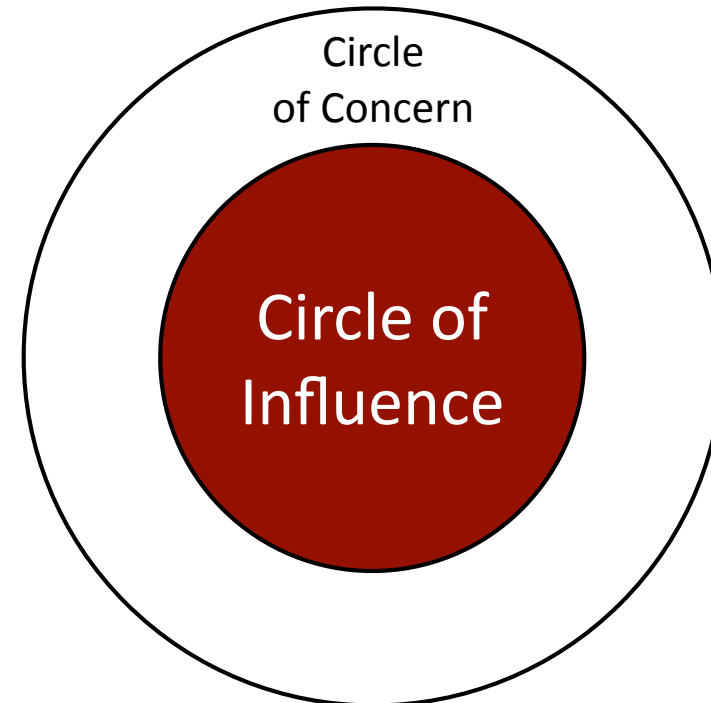
Einflussreiches, diversifiziertes Netzwerk

... oder

„Wie finde ich meine
Empfehlungspartner?“

„Wen kenne ich?“ & „Wer kennt mich?“

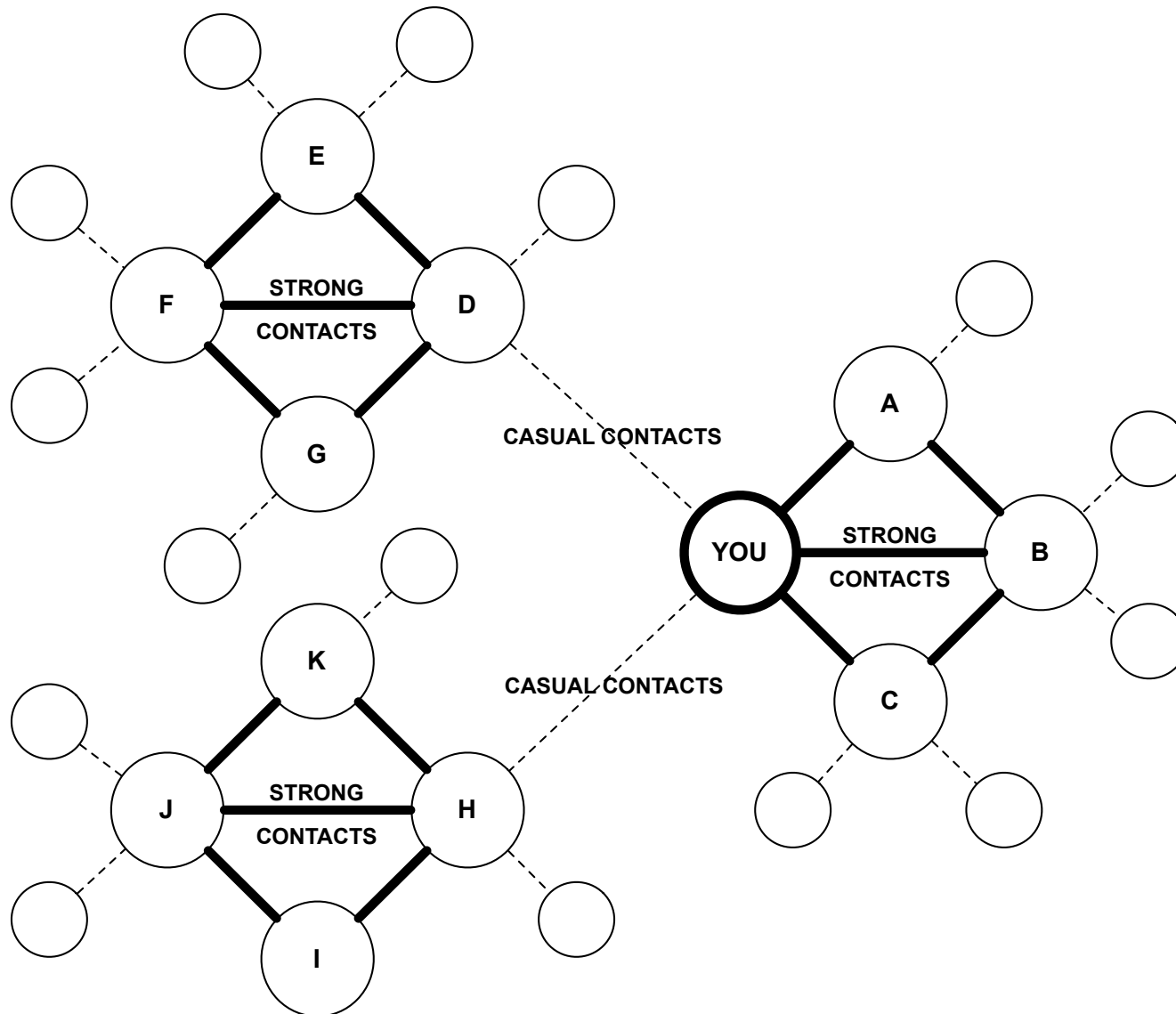
- Überprüfen Sie Ihren Einflussbereich:
 - Kunden
 - Geschäftspartner
 - Lieferanten
 - Gläubiger
 - MitarbeiterInnen
 - Freunde
 - Familie
 -



ProAktiv sein!

Stephen R. Covey: The 7 Habits of Highly Effective People

Enge & lose Kontakte



Sechs Arten von Netzwerken

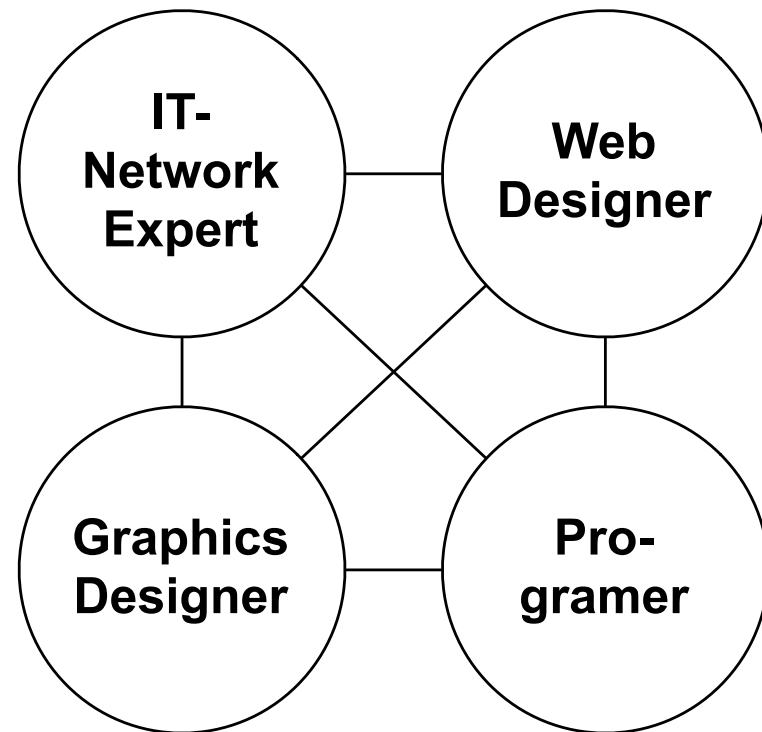
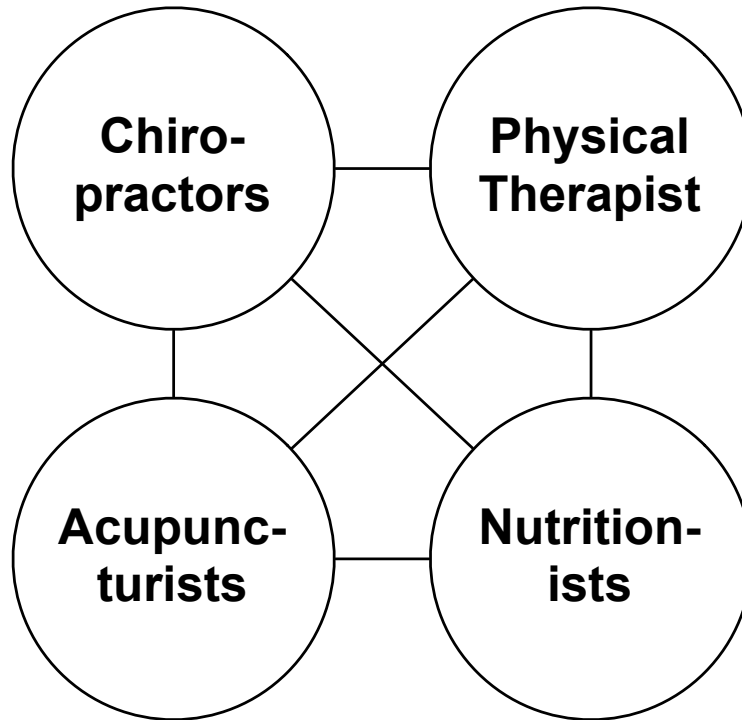
- Enges Kontaktnetzwerk, z.B. Business Network Int'l
- Loses Kontaktnetzwerk, z.B. Interessensvertretung
- Wohltätigkeitsvereinigungen, z.B. Lions
- Professionelle Verbände, z.B. Speakers Association
- Gesellschaftliche Netzwerke, z.B. Cigar's Club
- Frauenorganisationen, z.B. Women's Career Network

Kontaktsphären

Ihre **besten Empfehlungsquellen**
haben folgende Eigenschaften

- bedienen den **selben Zielmarkt**
- stehen zu Ihnen **nicht in Wettbewerb**
- ergänzen** Ihre Produkte und Leistungen

Beispiele für Kontaktsphären



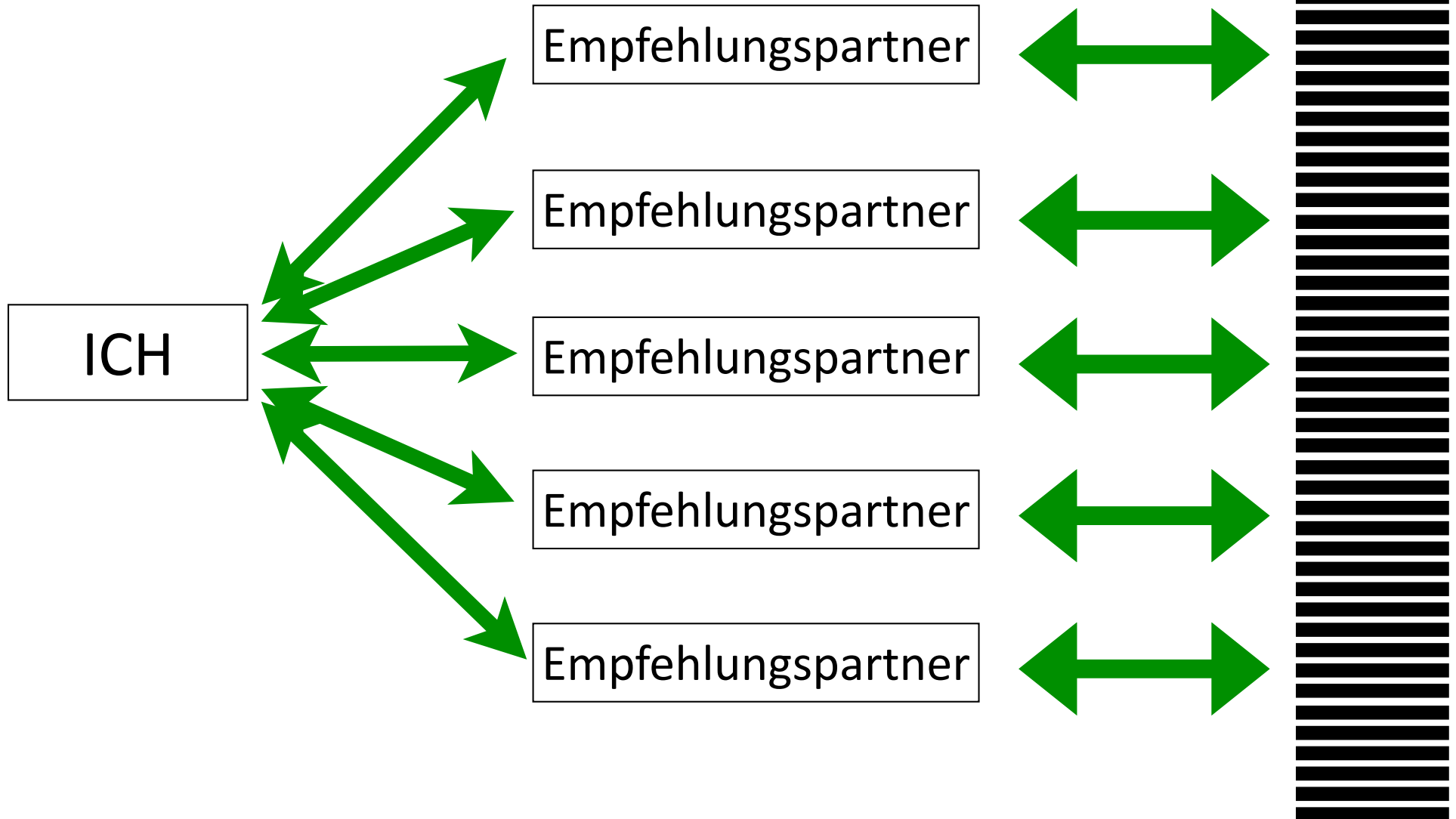
Es geht um Beziehungen

Die drei Phasen des Beziehungsaufbaus:

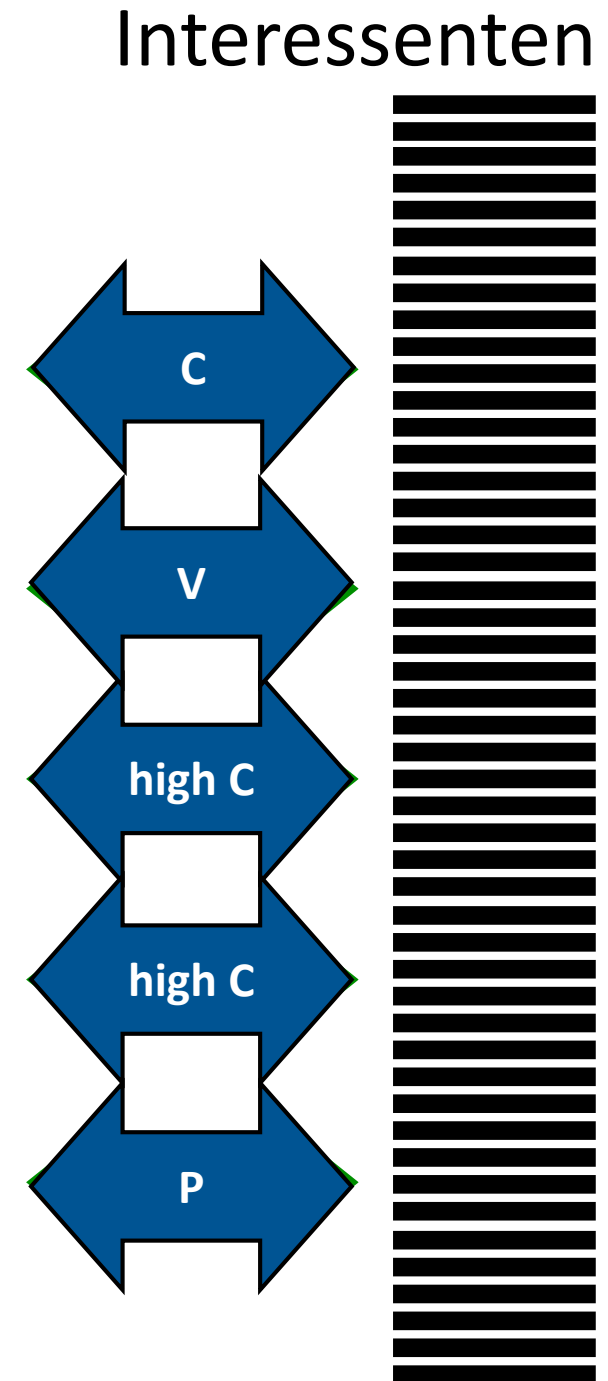
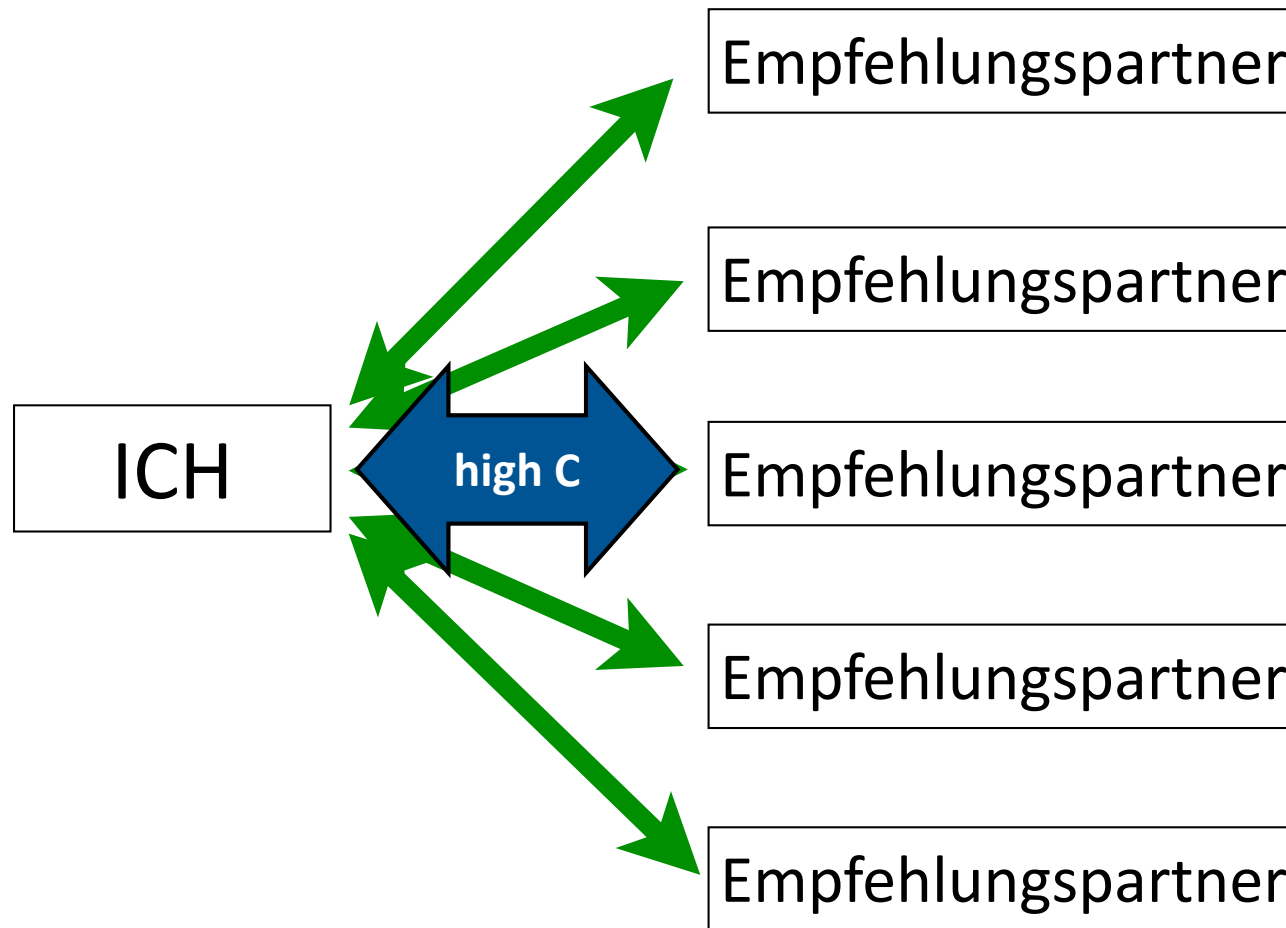
| | |
|---|---|
| VISIBILITY Sichtbarkeit | <ul style="list-style-type: none">• Sichtbarkeit durch Werbung, Mundpropaganda, Öffentlichkeitsarbeit.• Je höher die Sichtbarkeit desto größer die Chance auf Akzeptanz• Menschen erinnern sich an Sie! |
| CREDIBILITY Glaubwürdigkeit | <ul style="list-style-type: none">• Sie sind in den Augen der Anderen nun glaubwürdig.• Andere etablieren eine Netzwerkverbindung zu Ihnen.• Sie werden als Experte in Ihrem Gebiet betrachtet. |
| PROFITABILITY Profitabilität | <ul style="list-style-type: none">• Sie erhalten Geschäft durch Empfehlungen• Alle Beteiligten sind im Vorteil |

Mundpropaganda

Interessenten



Mundpropaganda



Die Aktivierung Ihres Netzwerks

15 Möglichkeiten, Sie zu fördern

- Literatur und Produkte zur Schau stellen
- Marketingmaterial verteilen
- Ankündigungen machen
- Zu Veranstaltungen einladen
- Ihre Produkte und Leistungen befürworten
- Für Auszeichnungen nominieren
- Soziale Netzwerke nutzen
- Empfehlungen geben
- Initialen Kontakt mit Empfehlungsquellen herstellen
- Sie Interessenten vorstellen
- Für Sie ein Meeting organisieren
- Empfehlungen nachverfolgen
- Informationen veröffentlichen
- Als Sponsor agieren
- Ihre Produkte und Leistungen verkaufen

Das G.A.I.N.S Profil

- Lernen Sie Ihre Netzwerkpartner richtig kennen:
 - GOALS - Ziele
 - ACCOMPLISHMENTS - Leistungen
 - INTERESTS - Interessen
 - NETWORKS - Netzwerke
 - SKILLS - Fähigkeiten
- *Können Ihre Netzwerkpartner Ihre Bedürfnisse befriedigen?*

18 Maßnahmen zur Motivierung

Inspirieren Sie Ihre Netzwerkpartner Ihnen zu helfen

- freiwillige Mitarbeit
- Rekrutierung
- Recherche
- Berichterstattung
- Quellensuche
- Rat einholen
- Rat geben
- Ankündigen
- Schaufensterbummel
- Einkaufen
- Verbinden
- Einladen
- Anerkennen
- Erfolge verkünden
- Zusammenarbeiten
- Sponsoring
- Fördern
- Auditieren

Das W-O-M Paradigma

Säen statt Jagen!

Wer gibt, gewinnt!

Testimonial #1



....und andererseits habe ich bei und durch seine Veranstaltung zwei konkrete Aufträge erhalten. Es funktioniert also tatsächlich.....

Mischa Erben, freiberuflicher Architektur- & Designfotograf, www.erben.at/mischaerben

Testimonial #2



..... wirkungsvoll vermittelt, wie die Pflege von Kontakten in weniger Zeit zu deutlich mehr Resultaten führt.

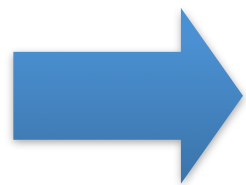
.....und die sich auftuenden Möglichkeiten sind nahezu unbegrenzt.

Dr. Clemens Widhalm, CEO Dale Carnegie Österreich, www.dale-carnegie.at

Das Certified Networker Programm



12 Module à 2.5 Stunden



**Entwickeln Sie Ihren Plan für
Strategische Mundpropaganda**

„Ich will's wissen!“

- Referral Success 101:
Mundpropaganda als Marketingstrategie?
Ihr Einstieg in Strategische Mundpropaganda!
 - Certified Networker®
Entwickeln Sie Ihren Plan für Strategische Mundpropaganda!
 - Referral Pipeline™
Füllen Sie Ihre Auftragspipeline an einem Tag!
 - Room Full Of Referrals™
Werden Sie Master Networker!
 - Referrals For Life®
Ein Jahr unlimitierten Zugang zum gesamten KnowHow!
 - Referral Institute Newsletter Abonnement
Monatliche Tipps & Tricks rund um Netzwerken & Mundpropaganda
-
- Referral Institute Franchise-Nehmer
Ich habe Interesse, eine Frachiseregion des Referral Institutes aufzubauen und zu betreiben, *oder*
Ich kann jemanden empfehlen, der daran interessiert ist.

Fragen & Antworten



- Wöchentlich Networking Tipps: referralnetworker.com
- Referral Institute Wien: www.referralinstitutewien.at
- Follow Me on Twitter: www.twitter.com/refernetworker