

Junge Wirtschaft Wien,  
22. April 2010



# Mundpropaganda als Marketingstrategie?

Thomas W. Albrecht

[referralnetworker.com](http://referralnetworker.com)

Megatrend:

# Kommunikations- revolution

Megatrend:

~~Kommunikations-  
revolution~~

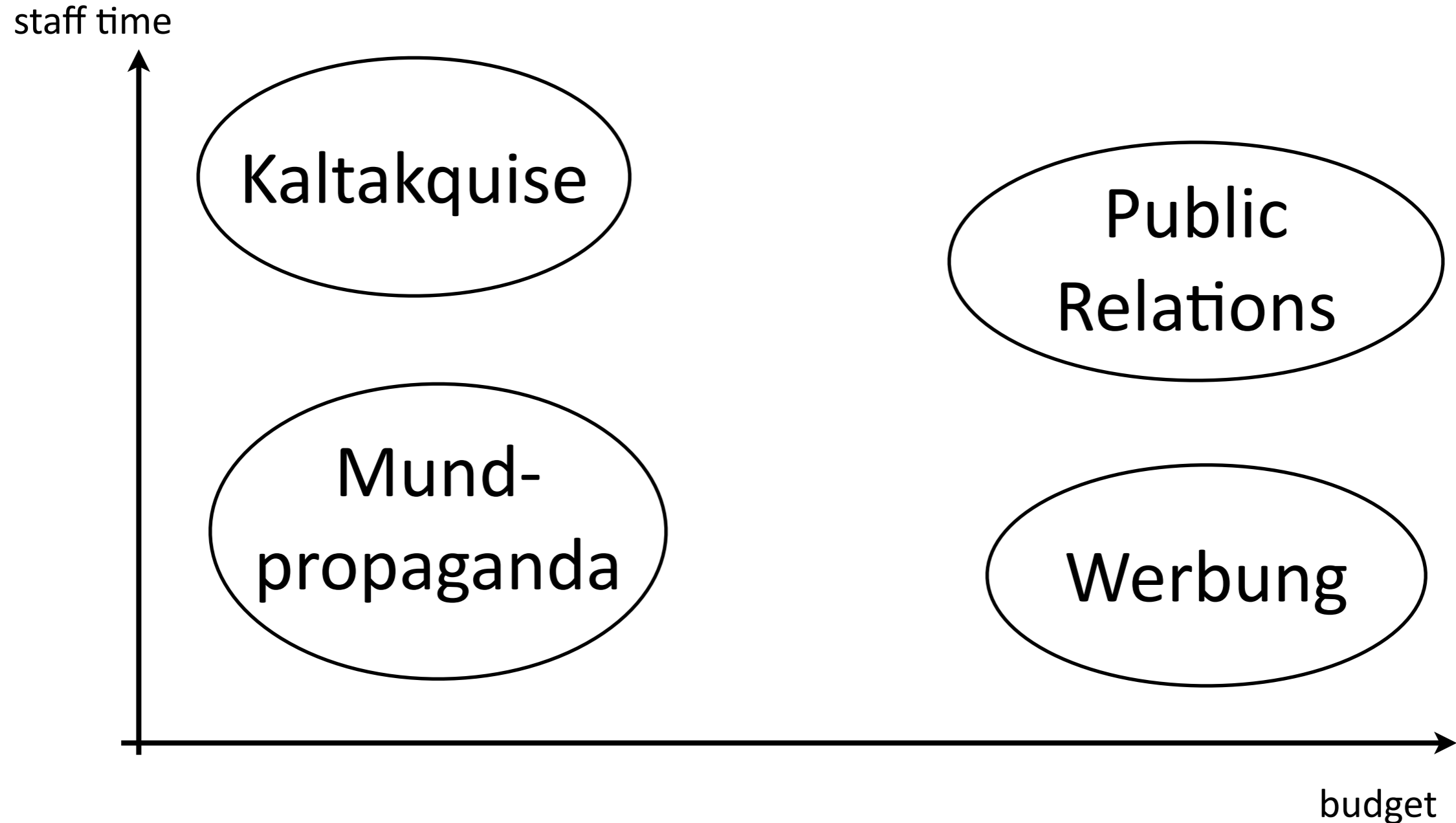
Megatrend:

Beziehungs-  
gesellschaft

**Wie finden Sie eigentlich kaufbereite  
Kunden?**

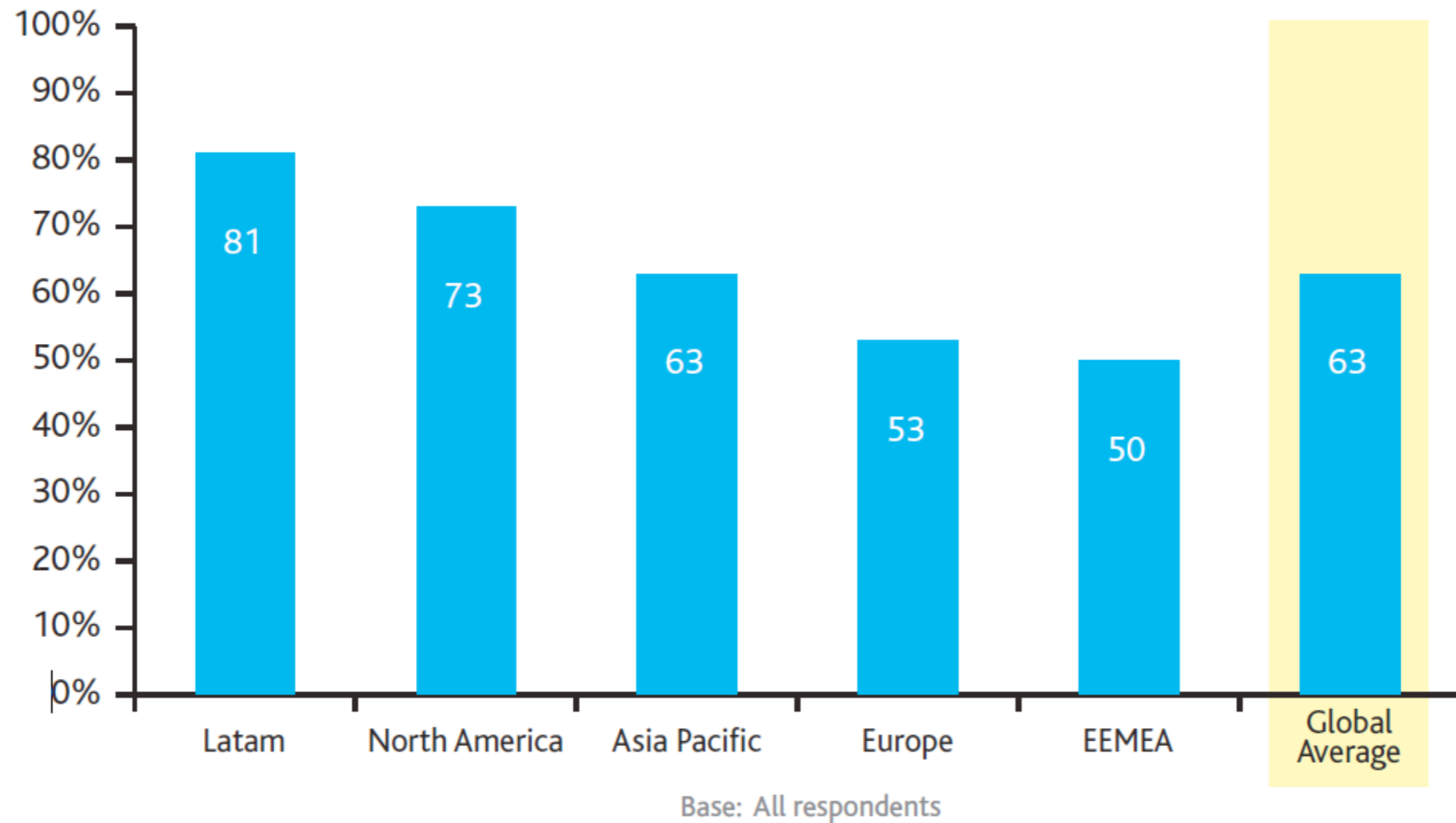
**Durch persönliches  
Beziehungsmanagement?**

# 4 Wege des Marketings



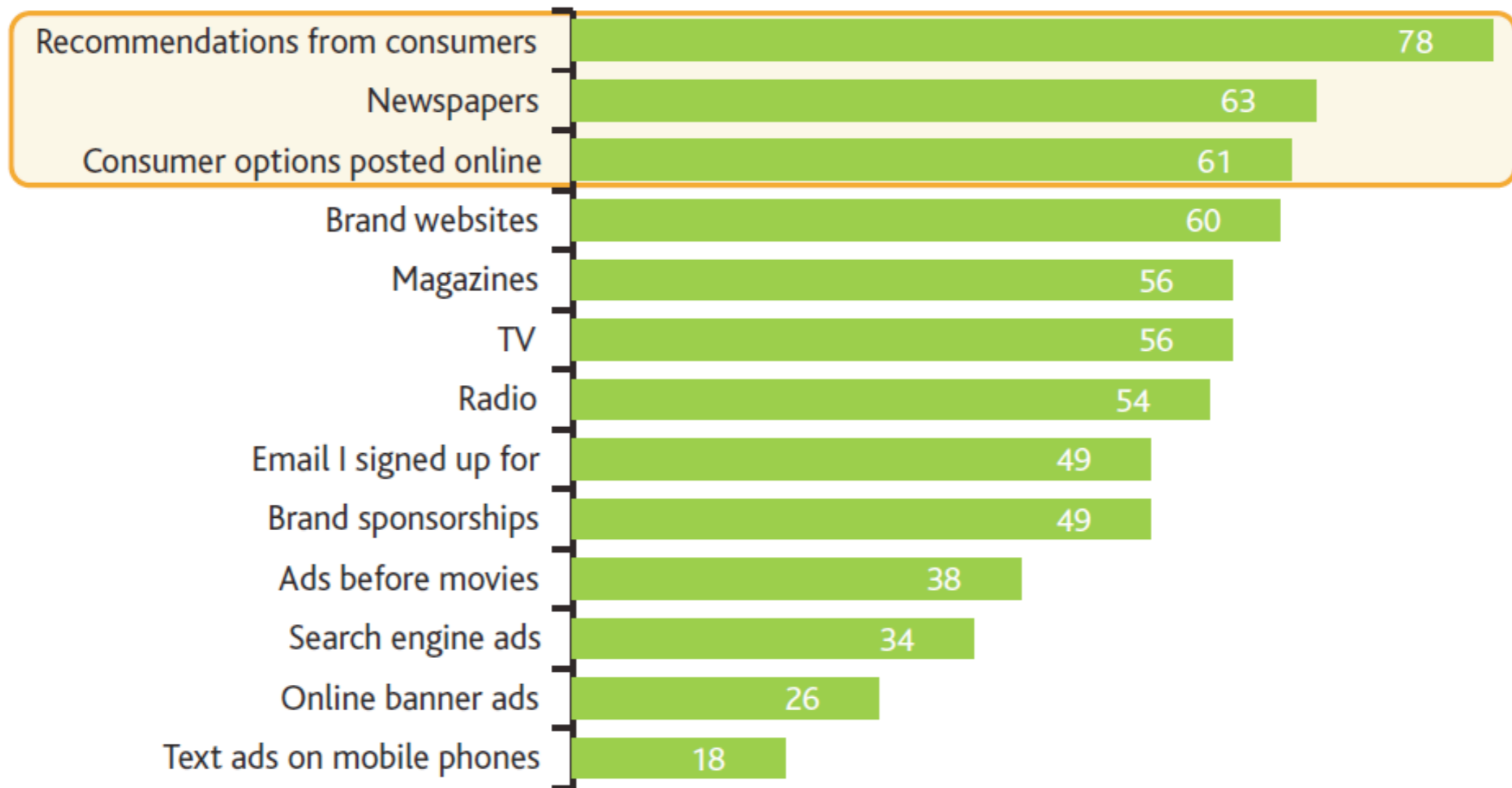
# Fact #1

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



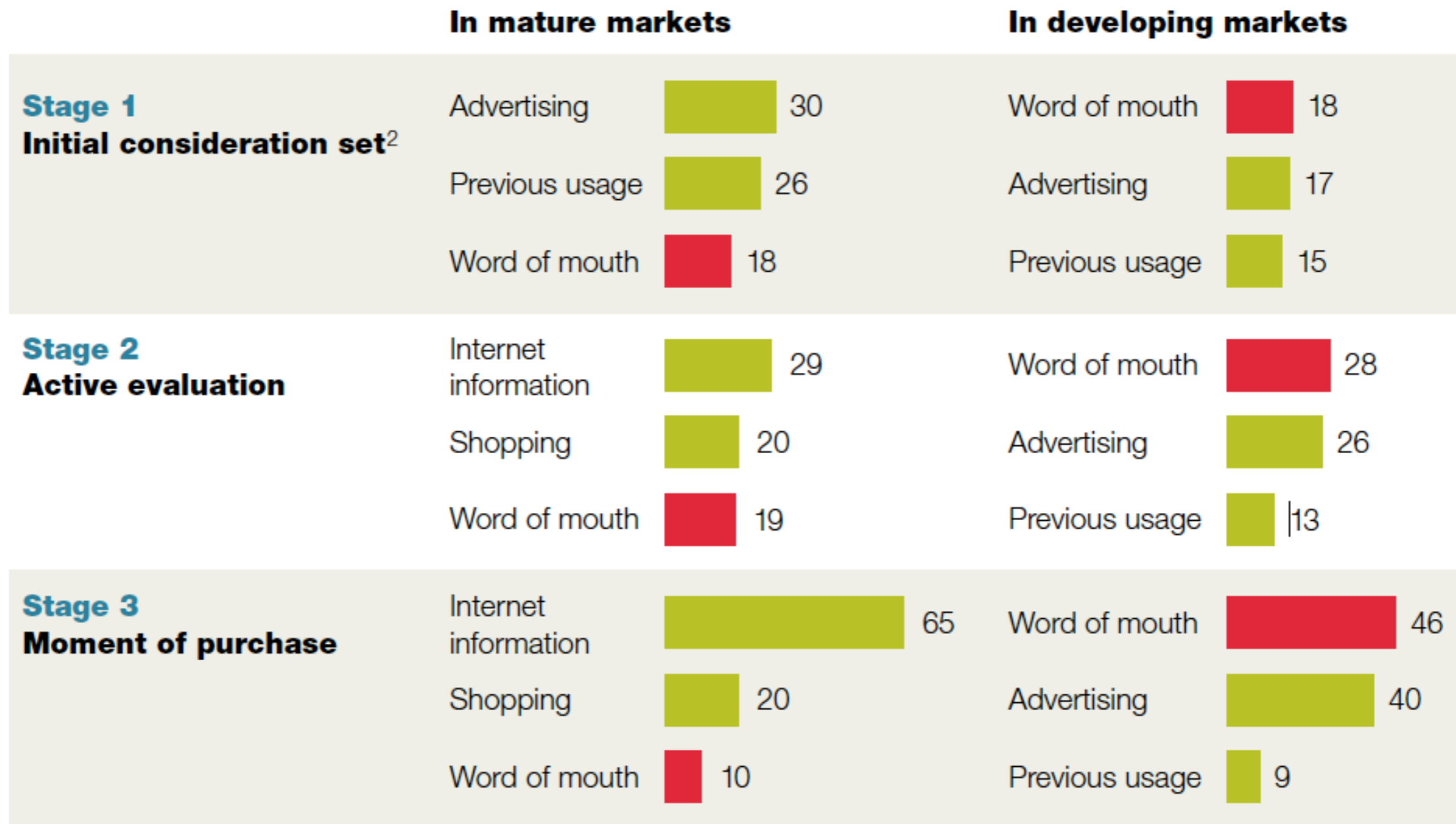
# Fact #2

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



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

<sup>2</sup>Excludes 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

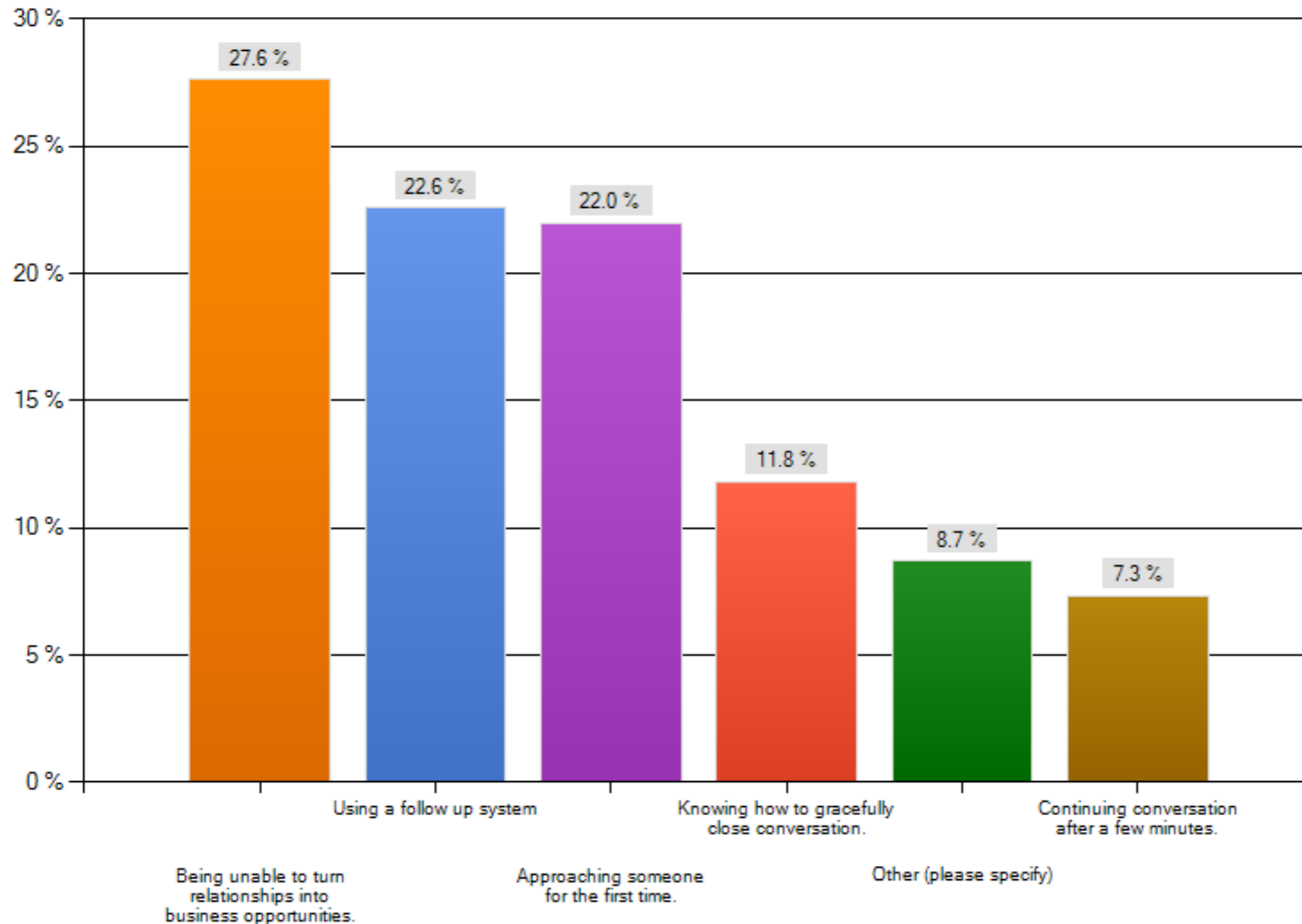
Wir alle sind schon  
Netzwerker.

Haben Sie einen

**Plan?**

# Die größten Schwächen beim Netzwerken

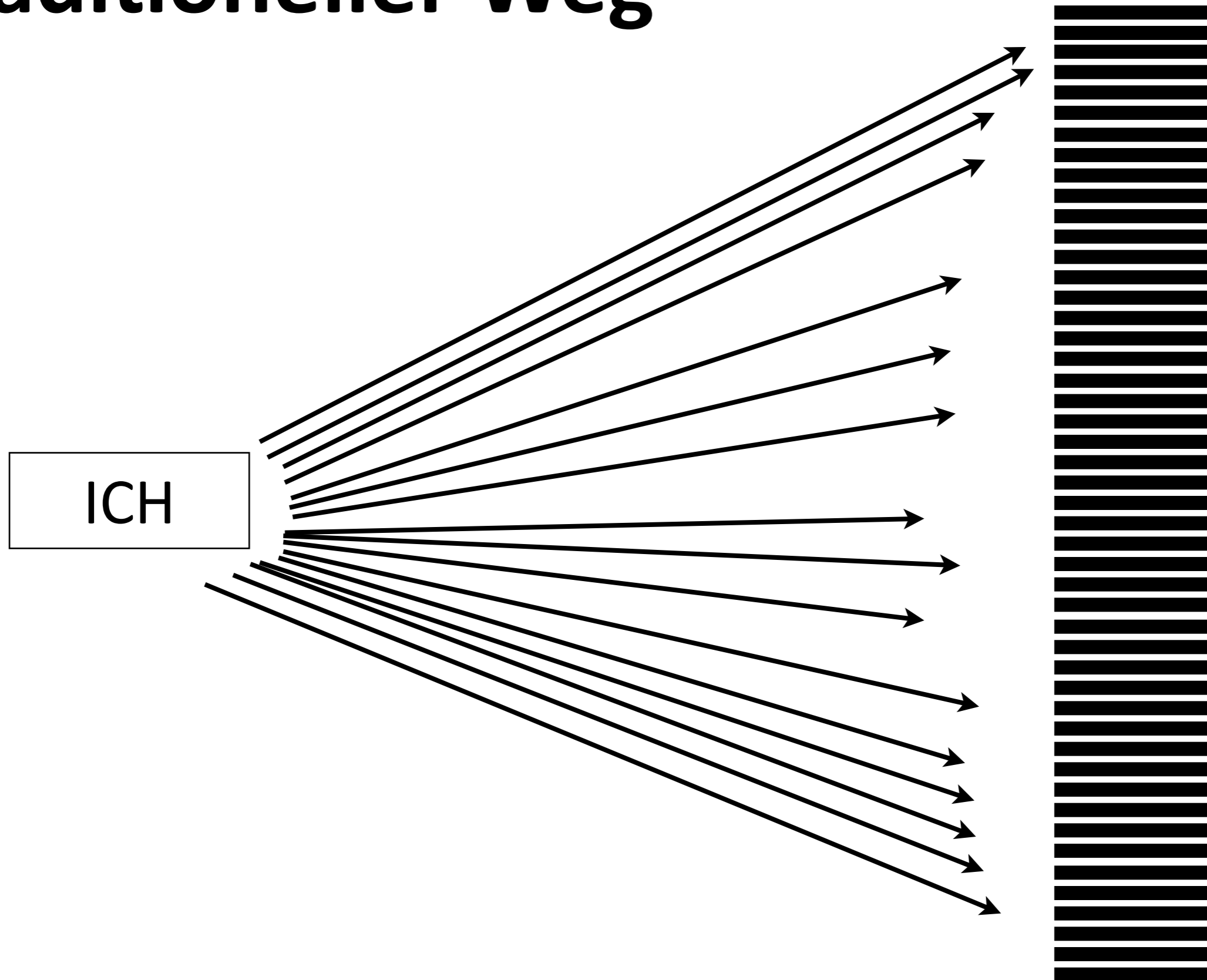
What do you feel is your greatest weakness in networking?



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

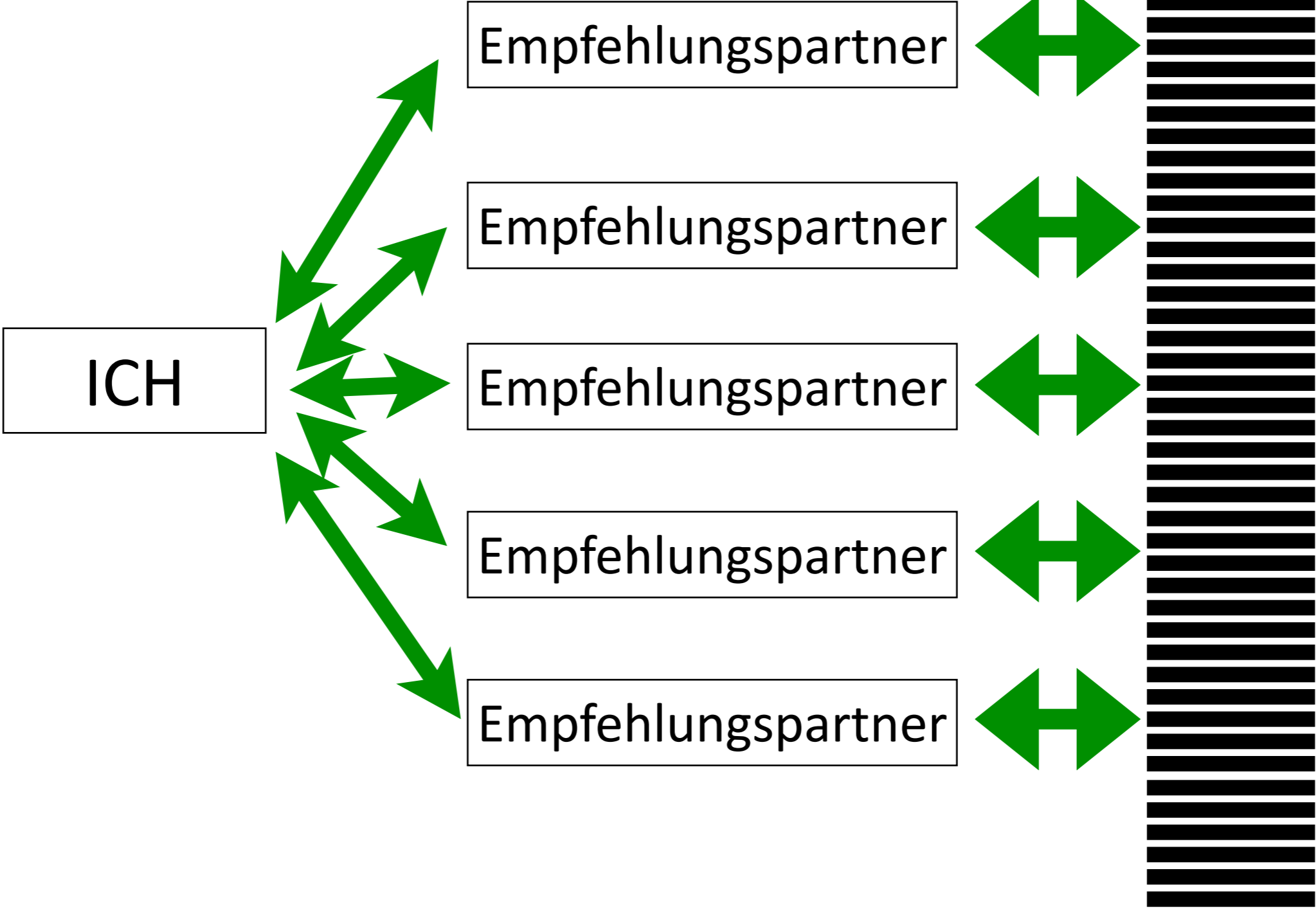
# Traditioneller Weg

Interessenten

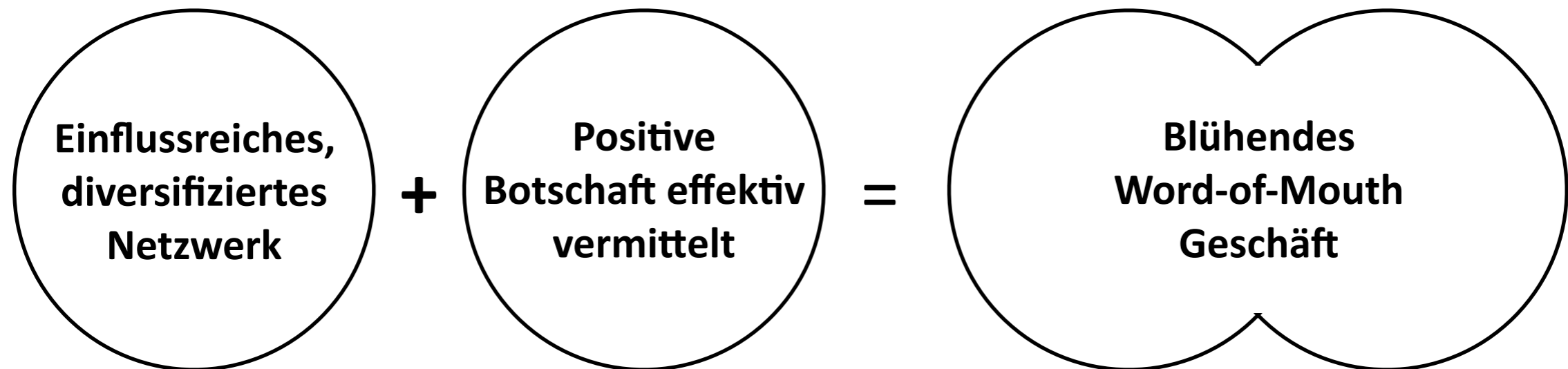


# Mundpropaganda

Interessenten



# Die W-O-M Formel



# Das W-O-M Gitter

**Einflussreiches, diversifiziertes  
Netzwerk**

Charmeur				<b>Referral Marketing Master</b>
		Lehrling		
Einsiedler				Jäger

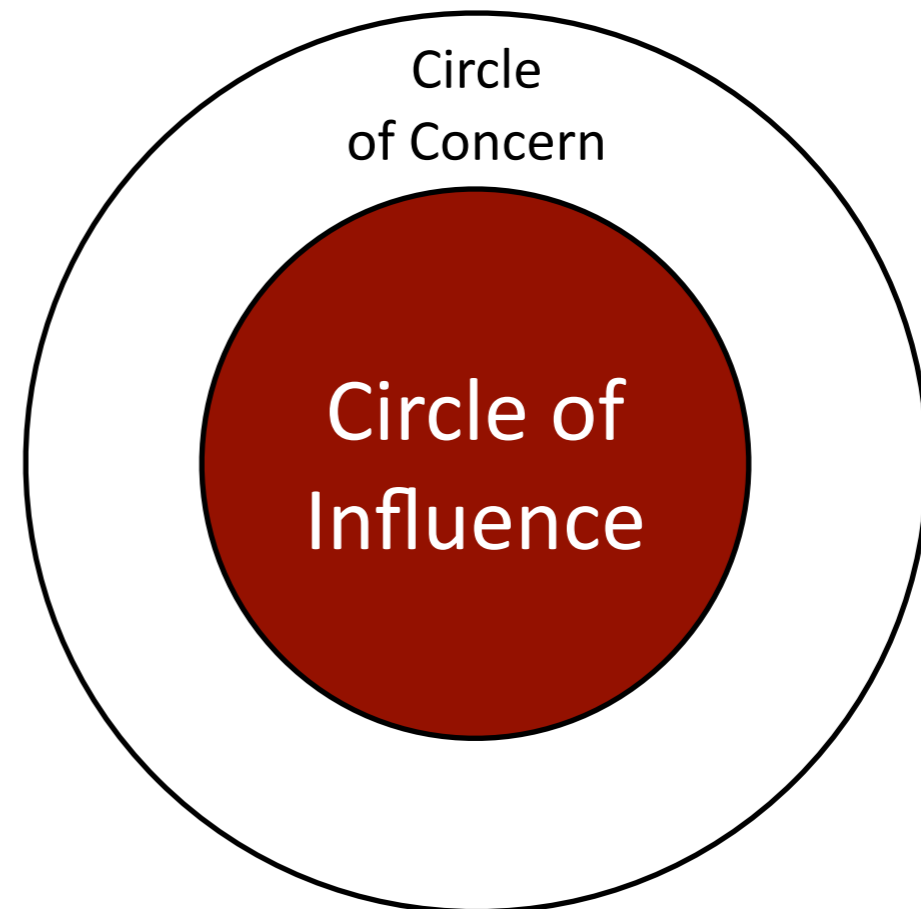
**Positive Botschaft effektiv vermittelt**

# **Einflussreiches, diversifiziertes Netzwerk**

# „Wem kenne ich?“ & „Wer kennt mich?“

- Überprüfen Sie Ihren Einflussbereich:

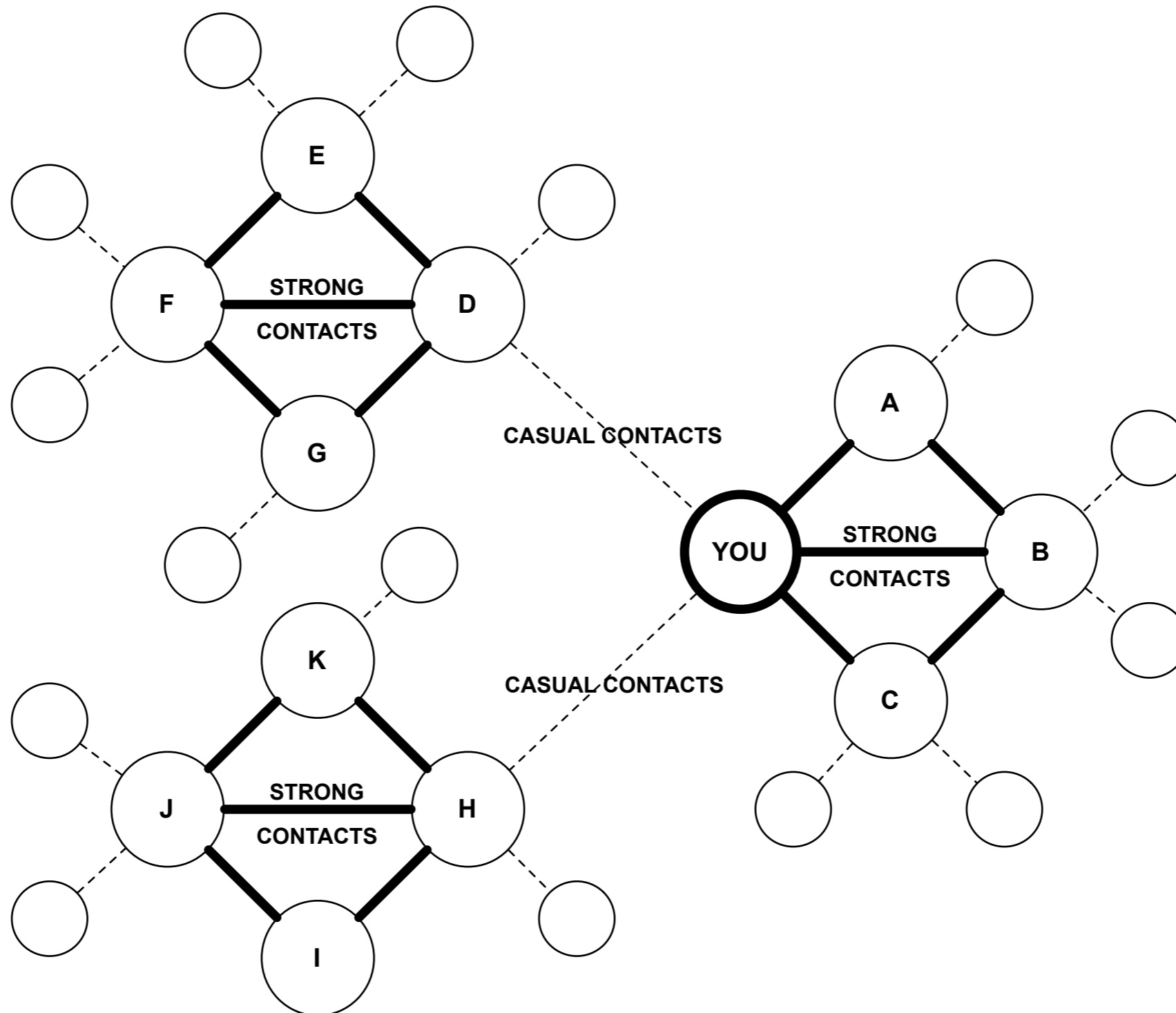
- Kunden
- Geschäftspartner
- Lieferanten
- Gläubiger
- MitarbeiterInnen
- Freunde
- Familie
- Andere



**ProAktiv sein!**

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

# Enge & lose Kontakte



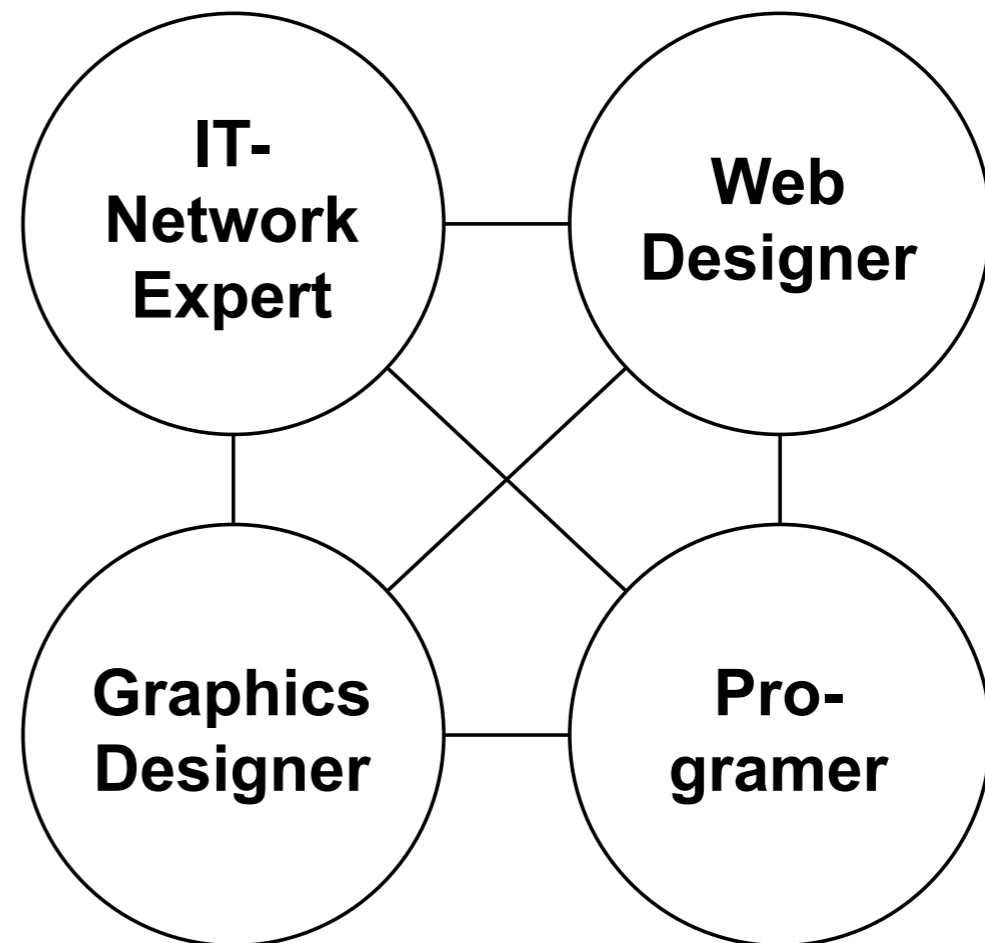
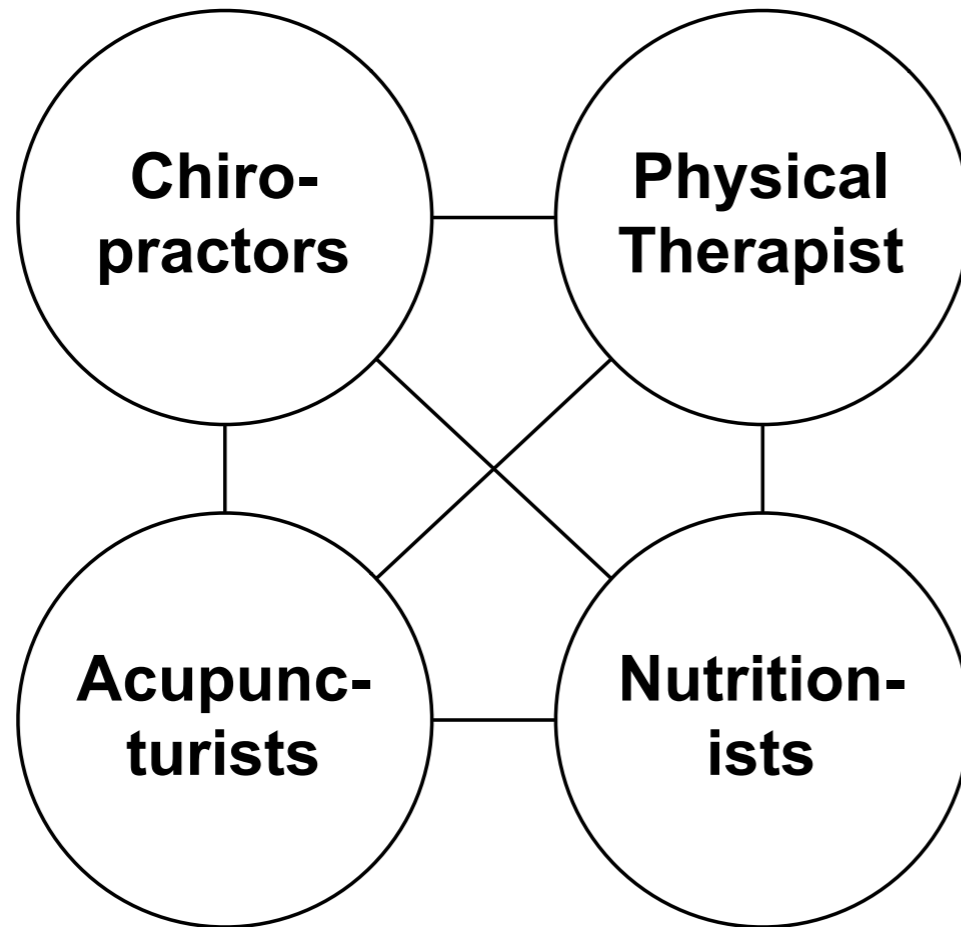
# Sechs Arten von Netzwerken

- 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**

# Beispiele für Kontaktsphären



# Es geht um Beziehungen

## Die drei Phasen des Beziehungsaufbaus:

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

**Positive Botschaft effektiv  
vermittelt,  
um Ihr Netzwerk zu aktivieren**

Identifikation und Aufrechterhaltung Ihrer Kontakte

# 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

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

# 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.....

Misha Erben, freiberuflicher Architektur- & Designfotograf, [www.erben.at/mischaerben](http://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](http://www.dale-carnegie.at)

# Das Certified Networker Programm

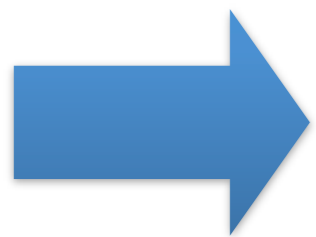


12 Module à 2.5 Stunden

# Das Certified Networker Programm



12 Module à 2.5 Stunden



**Entwickeln Sie Ihren Plan für  
Strategische Mundpropaganda**

# Termine

- Certified Networker Programm
  - Start am 11. Juni 2010
- Referral Success 101 - Ihr Einstieg in Strategische Mundpropaganda
  - 19. Mai 2010
- Room Full of Referrals - Lernen Sie, Andere besser einzuschätzen
  - 23. Juni 2010
- Referral Pipeline - Füllen Sie Ihre Auftragspipeline
  - 24. Juni 2010

# Fragen & Antworten



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