

Kundenpflege und Kundenbindung

Warum nur in die Ferne schweifen...?

Gerade im Handwerk werden „alte Kunden“ im Kampf um Umsatz und Geschäftserfolg oft vernachlässigt. Grund genug für das Meisterteam, seine Mitglieder durch ein bedarfsgerechtes Aktionspaket bei Kundenpflege und Kundenbindung zu unterstützen.

Die Gewinnung eines Neukunden kostet im Durchschnitt fünfmal mehr als die Erhaltung eines bestehenden Kundenkontaktes. Eine zufriedene Kundschaft gehört daher zu den wichtigsten Besitzständen eines Handwerksbetriebes. Denn Stammkunden kommen bei Bedarf – wie selbstverständlich – auf „ihren“ Glaser, Fensterbauer, Tischler/Schreiner oder Metallbauer zu. Darüber hinaus empfehlen sie „ihren“ Handwerker im Bekanntenkreis, was oft wichtiger ist als z. B. Anzeigenwerbung.

Daher kommt es nicht darauf an, eine dicke Kundenkartei zu haben, sondern darauf, was man daraus macht. Wer eine professionelle Kundenbindungsstrategie entwickelt und umsetzt, kann sie zu einem echten Wachstumsmotor für sein Unternehmen machen:

- Zusatzgeschäfte bei bestehenden Kunden
- Mundpropaganda zufriedener Kunden
- Bessere Chance zur Durchsetzung leistungsgerechter Preise
- Imageprofilierung des Unternehmens
- Steigerung des Selbstwertgefühls auch bei den Mitarbeitern

Zu den zentralen Grundvoraussetzungen aller Kundenpflegemaßnahmen zählt allerdings, daß man die Daten seiner Kunden in einer Form parat hat, die die schnelle und einfache Nutzung für Marketing-Aktivitäten erlaubt. Hierfür sollte man spätestens den Absprung von der heutzutage überholten guten alten Karteikiste schaffen und

in der EDV eine professionell angelegte Kundendatei aufbauen. Vor diesem Hintergrund enthält das aktuelle Marketing-Paket, das alle Meisterteam-Mitglieder im November 2000 erhalten haben, Checklisten zu den Themen „Kundenpflege und Kundenbindung“ sowie „Aufbau einer Kundendatei“, Muster-Werbebriefe an Altkunden und Muster-Begleitschreiben zu Angeboten. Darüber

hinaus gibt das Meisterteam praxisgerechte Profi-Tipps z.B. für eine ABC-Analyse des Kundenstamms.

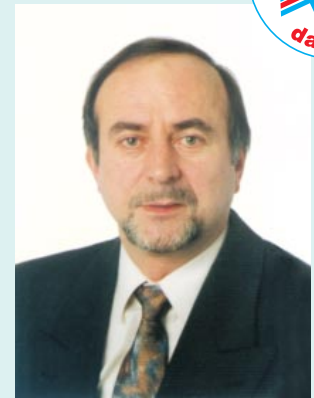
Mit diesem Folder im Wilhelm-Busch-Stil können Mitgliedsunternehmen gezielt Werbung für ihre Fachkompetenz und die hochwertige Markenqualität ihrer Produkte machen.

„Highlight“ ist ein originell gestaltetes Faltblatt, das Privatkunden und Interessenten von den Vorteilen des Fachhandwerks gegenüber fachfremden Vertriebskanälen überzeugen soll. Das Motto „Billig ist nicht immer preiswert“ wird dabei auf unkonventionelle und humorvolle Weise als Lehrstück „à la Wilhelm Busch“ vermittelt. Ein Musterexemplar gibt es kostenlos unter der Faxnummer (0 40) 7 52 20 19.



MEISTERTEAM kurz & knapp

- Einkaufsgemeinschaft mit über 250 Vertragslieferanten
- Umfangreiches Dienstleistungspaket
- Gemeinsames, professionelles Marketing unter dem geschützten Meisterteam-Zeichen
- Bündelung wichtiger Brancheninformationen z. B. durch eigene Publikationen und das Internet
- Synergieeffekte durch Erfahrungsaustausch



Liebe Leser, aktuelle Konjunkturprognosen sagen Bau und Ausbau kein allzu rosiges Jahr 2001 voraus. Das renommierte Münchener ifo Institut geht von einem insgesamt stagnierenden Bauvolumen aus. Speziell der Wohnungsbau wird seine Talfahrt wohl fortsetzen. Auch das ehemalige Zugpferd Altbaumodernisierung lahm.

Für die im Meisterteam zusammengeschlossenen Gewerke sind die Aussichten durchwachsen. Immerhin sehen Tischler/Schreiner und Metallbauer verhalten optimistisch in die Zukunft, während den Glasern und Fensterbauern die nachlassende Fensterachfrage Sorgen bereitet. Von einem neuen Boom wird jedoch vorerst kein Betrieb profitieren.

Harte Arbeit ist gefragt – nicht zuletzt bei der systematischen Marktbeurteilung. Das Meisterteam wird seine Mitglieder auch in 2001 nach Kräften unterstützen. Ich wünsche allen Lesern der GLASWELT einen guten Start in das neue Jahr.

Ihr *Otto Klemp*

Otto Klemp, Geschäftsführer der Meisterteam LGF GmbH, Hamburg

Informationen zur Mitgliedschaft unter:
Tel. (0 40) 7 53 40 91 www.meisterteam.de □