



Wissen Sie, wie Sie am besten an neue Kunden kommen? Die Antwort ist ganz einfach: Über Ihre bestehenden Kunden. Schon Henry Ford wusste: „Ich weiß, die Hälfte meiner Werbung ist hinausgeworfenes Geld. Ich weiß nur nicht, welche Hälfte.“

Der Anteil, den Sie in Ihre Bestandskunden investieren, ist es nicht. Keine Werbung ist so glaubwürdig wie die Empfehlung eines Bekannten oder Freundes. In der Fachsprache nennt man das dann Empfehlungsmarketing. Ihre zufriedenen Werkstatt-Kunden sind mit Abstand Ihre beste Werbung. Dennoch sollten Sie sich nicht komplett auf Ihre Kunden verlassen: Es gibt Mittel und Wege, aktives Empfehlungsmarketing zu fördern. Sie wollen neue Kunden?

Dann sagen Sie es Ihren bestehenden Kunden. Ihre Werkstatt ist nur ein kleiner Teil des Alltags von Ihren Kunden. Selbst wenn sie sehr zufrieden sind, haben sie vielleicht den Kopf so voll, dass sie gar nicht daran denken, Sie weiterzuempfehlen. Der erste Trick ist daher ganz einfach: Bitten Sie Ihre zufriedenen Kunden bei der Verabschiedung einfach um eine Weiterempfehlung. „Wir freuen uns, wenn Sie uns weiterempfehlen.“ Dieser kleine Satz kann schon dazu beitragen, dass Ihre Kunden anderen aktiv positive Werkstatterfahrungen berichten.

Weiterempfehlungen belohnen

Wenn Sie noch einen Schritt weiter gehen wollen, können Sie Weiterempfehlungen von Ihren Kunden belohnen. Drucken Sie beispielsweise Flyer, die auf die Weiterempfehlung aufmerksam machen. Kommt ein neuer Kunde mit diesem Flyer, erhält der empfehlende Kunde eine kleine Aufmerksamkeit: Eine Flasche Wein, ein Blumenstrauß oder auch eine

Ihrer Leistungen. So kommunizieren Sie Ihren Wunsch ganz klar an Ihre Kunden und machen es ihnen ganz besonders einfach, Sie weiterzuempfehlen: Ihre Kunden müssen einfach nur den Flyer mitnehmen und weitergeben und werden dafür sogar belohnt.

Empfehlungsmarketing im Internet

Auch in der digitalen Welt funktioniert Empfehlungsmarketing. Erinnern Sie sich an Ihre letzte Reisebuchung online? Wie hoch war die Weiterempfehlungsrate Ihres Hotels? Und: Hat es Sie in Ihrer Entscheidung beeinflusst?

Online-Bewertungen zählen nicht so viel wie die Empfehlung eines Bekannten. Aber Sie wirken auf Internetnutzer dennoch. Und ob Sie wollen oder nicht: Kunden können Sie öffentlich im Internet bewerten. Dafür gibt es unzählige Bewertungsplattformen, eine der wichtigsten ist Google.

Auf Google kann jeder Google-Nutzer Dienstleister oder Geschäfte bewerten. Schauen Sie doch mal nach: Googeln Sie nach Kfz-Werkstatt + Ort und schauen Sie in der Ergebnisliste, wie Sie und wie Ihre Wettbewerber bewertet sind.

Ihre Google-Bewertungen sollten Sie immer im Blick haben.

Wie das geht, erfahren Sie in unserem [Tipp: Google My Business Konto optimal nutzen](#).

Qualität ist Mehrwert-Tipp:

Sie können als Inhaber Ihrer Werkstatt Bewertungen von Kunden auf Google kommentieren. Vor allem, wenn es negative Bewertungen gibt oder solche, die nach Ihrer Ansicht nicht korrekt sind, sollten Sie das tun. So bleiben die Bewertungen zwar dennoch online, aber andere Nutzer sehen, dass Sie sich mit den Bewertungen auseinandersetzen.