



Sie haben sich schon einmal gefragt, was die erfolgreichste Werbung ist, die Sie als freie Werkstatt machen können. Wir haben die Antwort für Sie: Kundenempfehlungen! Glaubt man Studien, Umfragen und Untersuchungen sind Weiterempfehlungen nicht nur die stärkste und glaubwürdigste Werbung, sondern machen oft einen Großteil der Neukunden aus. Was kann besser sein, als dass Ihre Kunden aktiv auf Sie hinweisen und Sie ihren Freunden, Bekannten und der Familie weiterempfehlen. So wertvoll diese Erkenntnis ist, so schwer ist es, diese sinnvoll und unterstützend im Werkstatt-Marketing einzusetzen. Schließlich können Sie Ihre Kunden ja nicht steuern und sind deshalb dem Wohlwollen Ihrer Kunden ausgeliefert. Oder?

In vier Schritten zu mehr Empfehlungskunden

### 1. Gute Arbeit

Der erste und ausschlaggebende Schritt ist, dass Sie Ihre Kunden in der Werkstatt mit hervorragender Arbeit überzeugen. Denn eine gute Arbeit zu einem fairen Preis-/Leistungs-Verhältnis ist absolute Basis für Empfehlungsmarketing bzw. Weiterempfehlungen. Verschenden Sie keine Energie in die Motivation Ihrer Kunden, so lange Sie Qualitätsprobleme in der Werkstatt haben. Wenn die Basis „Gute Arbeit“ nicht stimmt, müssen dort alle Energien hin fließen. Erst danach macht es Sinn die positiven Eindrücke Ihrer Kunden zu verstärken.

### 2. Ausgezeichnet!

Sie wissen, dass Sie zufriedene Kunden haben. Aber wie zeigen Sie das potenziellen Neukunden? Machen Sie sich zur „Werkstatt des Vertrauens“. Um allen Interessierten zu

zeigen, dass Ihre Kunden sehr zufrieden mit Ihnen sind, helfen bekannte Auszeichnungen. Der bundesweite Wettbewerb „Werkstatt des Vertrauens“ ist ein etabliertes Siegel in ganz Deutschland, das zeigt, dass Ihre Kunden zufrieden mit Ihrer Werkstatt sind. Das Siegel wird jährlich neu vergeben. Alles was Sie dazu machen müssen: Bewerben Sie sich für die Teilnahme, bestellen Sie Ihre Teilnahme set und motivieren Sie Ihre Kunden, Sie zu empfehlen. Sammeln Sie mehr als 50 Kundenstimmen, können Sie künftig die begehrte Auszeichnung für sich einsetzen.

### 3. Google Bewertungen

Kunden, die unzufrieden sind, reagieren häufig öffentlich und laut. Behalten Sie Rückmeldungen - positive wie negative - für Ihre Werkstatt im Blick. Das Internet ist voll von Bewertungsportalen, die von Ihren Kunden genutzt werden können. Alle zu überprüfen und im Blick zu halten ist eigentlich unmöglich. Eine der wichtigsten Plattformen sollten Sie aber regelmäßig checken. Prüfen Sie Google-Bewertungen für Ihre freie Werkstatt und reagieren Sie auf negative Bewertungen, damit Interessenten sehen, dass Sie sich mit unzufriedenen Kunden auseinandersetzen. Lesen Sie mehr dazu in unserem Werkstatt-Tipp „Google my Business für freie Werkstätten“.

### 4. Empfehlungsmarketing

Sind alle Grundlagen da, fehlt eigentlich nur noch eins: Motivieren Sie Ihre zufriedenen Kunden dazu, Sie weiterzuempfehlen. Dabei gibt es keinen Geheimitipp, sondern nur eine ganz einfache Maßnahme: Bitten Sie Ihre Kunden darum. Zum Beispiel mit einem kurzen Hinweis bei der Verabschiedung. „Vielen Dank, dass Sie da waren. Wir freuen uns, wenn Sie uns weiterempfehlen.“ Manchmal reicht schon dieser einfache Satz. Um es Ihnen selbst und Ihren Mitarbeitern etwas einfacher zu machen, können Sie auch eine „Kunden werben Kunden“ Aktion ins Leben rufen. So könnten Sie beispielsweise Ihren bestehenden Kunden einen Tankgutschein, einen Blumenstraß oder eine andere Aufmerksamkeit zukommen lassen, wenn sie Ihnen einen Neukunden bringen. Achten Sie dabei darauf, dass der Betrag der Aufmerksamkeit nicht zu hoch ist: Schließlich soll dieser Anreiz nur unterstützen und es muss sich ja auch für Ihre Werkstatt lohnen.