

Der Blick in die Markt-Kristallkugel

# Fünf Überraschungen, mit denen Sie 2009 rechnen müssen

*Das neue Jahr ist noch jung, die Meldungen über die wirtschaftliche Lage überschlagen sich. Viele Firmen fragen sich, was 2009 wohl bringen wird – auch in der grünen Branche. Exakte Antworten darauf gehören eher ins Reich der Wahrsagekunst. Doch einige Trends sind zweifellos erkennbar. Hier sind sie.*

Text und Bilder:  
Stefan Jenny, Firma Marktwert GmbH, Rapperswil\*

Gleich vorweg: Es gibt Dinge im Leben, die ändern sich nie. Auch dort nicht, wo es darum geht, Kunden zu gewinnen und zu behalten. Eine dieser unveränderlichen goldenen Regeln lautet: Keine Hauruck-Aktionen! Planen Sie Ihre Aktivitäten, um Kunden und Aufträge zu gewinnen, sorgfältig. Spielen Sie auf unterschiedlichen Kanälen eine Melodie, die jeder sofort als die Ihre erkennt. Ob Hemd des Verkaufspersonals oder Firmenwagen-Beschriftung, ob Inserat oder Mailing, ob Website oder Offerte, der Kunde soll Ihre Persönlichkeit, Ihre Marke, Ihre Handschrift klar erkennen. Denn was der Bauer kennt, das frisst er.

Nachdem dies gesagt ist, werfen wir einen Blick auf fünf Dinge, die sich sehr wohl geändert haben. Fünf Trends bei der Marktbearbeitung, die zunehmend an Bedeutung gewinnen.

## Erstens: Werden Sie zum Sammler in Sachen Kundendaten

Ein erster Blick in die Markt-Kristallkugel verrät: Kundendaten werden immer



Was bringt 2009 der grünen Branche?

wichtiger. Wer gute Kundendaten hat, gelangt leichter zu besseren Kunden. Die Neubeschaffung von Adressmaterial bei fremden Lieferanten wird zunehmend heikel. Denn wer zu salopp mit fremden Adressen umgeht und unerlaubt Werbung versendet, muss mit immer mehr Ablehnung rechnen.

Deshalb: Pflegen Sie jetzt noch intensiver Ihre eigene Datenbank. Halten Sie Ihre Kundendaten auf dem neusten Stand und gewinnen Sie Ihre eigenen Adressen. Daten, die Sie selbst erheben und nicht von Fremden zukaufen, gehören Ihnen. Nutzen Sie diese für Ihre individuellen Werbemaßnahmen!

## Zweitens: Schubladisieren Sie Ihre Kunden

Der zweite Trend 2009 ist die stärkere Kundensegmentierung. Hören Sie auf, alle Kunden mit der gleichen Giesskanne zu beträufeln. Kunden *verlangen* von

Ihnen, gezielt auf ihre speziellen Bedürfnisse einzugehen und dazu passende Angebote vorzuschlagen. Was kann der Besitzer einer Eigentumswohnung schon mit einem Mailing über Rasensanierung anfangen? Senden Sie Terrassenbesitzern lieber eines über Ihre neuesten, hitzeverträglichen Blütenstrauch-Hits im Topf.

Also: Beginnen Sie 2009, intensiv Kundenmerkmale zu erfassen! Und dann bedienen Sie Ihre Kunden mit spezifischen Angeboten. Denn wer sich direkt angesprochen fühlt, wird sich viel eher für Ihre Angebote interessieren.

## Drittens: Stammkunden sind Ihre VIPs

Jetzt verrät die Kristallkugel eine Überraschung, die gar keine sein sollte: Stammkunden haben 2009 Vorrang! Denn die Neukundengewinnung wird immer schwieriger, schliesslich ist jeder Kunde enormen Abwerbungsversuchen vonseiten Ihrer Mitbewerber ausgesetzt. Und das nicht nur, weil auch sie diesen Artikel lesen...

Fazit: Statt ständig neuen Kunden hinterherzurennen, kümmern Sie sich lieber intensiver denn je um Ihre jetzigen. Suchen Sie nach aussergewöhnlichen Ideen, um aktiv, aber nicht aggressiv mit Ihren Stammkunden in Verbindung zu bleiben. Bieten Sie Überraschungen ausschliesslich für sie. Sie werden Ihnen die VIP-Behandlung mit Aufträgen danken.

## Viertens: Nehmen Sie im lokalen Internet Platz

Der vierte Streich, der folgt sogleich: Das Internet wird 2009 lokal. Immer mehr Personen suchen Angebote jeder Art im Internet – auch für lokale Arbeiten. Immer seltener sind die Menschen in einer Gemeinde verwurzelt – und Zuzüger kennen das lokale Gewerbe nicht. Das Branchentelefonbuch ist umständlich,



Schubladisieren Sie Ihre Kunden – aber richtig!