

Kundenansprache

# Werden Sie persönlich mit Ihren Kunden

**Sylvester Stallone und Woody Allen sind zweifellos zwei ganz unterschiedliche Typen. Doch eines haben sie gemeinsam: In unseren Adressdateien wären sie wohl absolut identisch beschrieben: Beide sind Amerikaner, Millionäre, Schauspieler und über 60 Jahre alt. Und was hat das mit Ihrer Gartenbaufirma zu tun? Mehr als man denkt.**

Text: **Stefan Jenny**, Marktwert® GmbH, Rapperswil\*  
 Bilder: **Marktwert® GmbH**, iStockphoto

Kennen Sie Ihre Kunden? Da hat man doch vor einiger Zeit diese teure Software gekauft, in der alle Daten gespeichert sind: die Adresse des Kunden zumindest, auch die Offerten, die er von uns erhielt. Dann vielleicht noch sein Geburtsdatum, ist ja immer vorteilhaft, wenn man weiss, wie alt die Kunden so sind. Was noch? Was er gekauft hat eventuell und wie viel er für den Auftrag im vergangenen Sommer bezahlt hat. Schön. Dann haben Sie ja eine Menge über Ihre Kunden zusammengetragen. Und die Investition in Ihr Kundenverwaltungsprogramm hat sich bereits gelohnt. Oder doch nicht? Darf man fragen, wofür denn diese Daten gesammelt wurden? Kann es sein, dass Sie sich das auch schon gefragt haben und es vielleicht selbst nicht so genau wissen? Einverstanden: Es macht sich doch gut, ab und zu eine Statistik auszudrucken, die dem viften Gartenbauer verrät, dass 40 Prozent seiner Kunden in einer Haushaltsgrösse von zwei bis vier Personen leben, unter



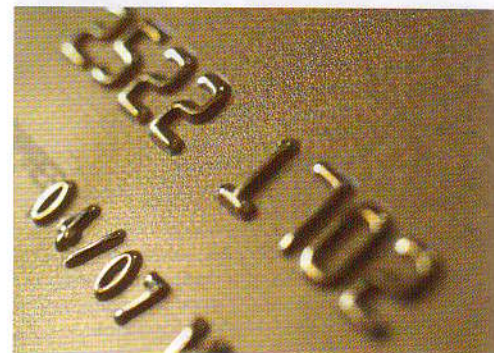
**Genauso gut wie seine Pflanzen sollte der Gärtner auch seine Kunden, ihre Wünsche und Ansprüche kennen.**

40-jährig sind – und dass letztes Jahr die 20 grössten Kunden für 50 Prozent seines Umsatzes verantwortlich waren.

Nur zwei Wochen später schickt derselbe Unternehmer, der sich eben noch über seine 20 wichtigsten Kunden freute, seiner gesamten Kundschaft ohne Ausnahme die identische Broschüre einer Frühlingsaktion samt Brief, der mit der Anrede «Sehr geehrte Dame, sehr geehrter Herr» beginnt. Zugegeben, Statistik ist ein spannendes Feld. Doch was nützen die besten Erkenntnisse, wenn niemand sich die Zeit nimmt, sie konkret in der Firma anzuwenden? Die 20 Topkunden fühlten sich von dieser Frühlingsaktion nicht angesprochen. Viel besser wäre ein Brief eigens für sie gewesen, natürlich persönlich adressiert und zum Beispiel mit einem Angebot des Chefs versehen, ihren Garten eigenhändig zu besichtigen und alle Möglichkeiten zu besprechen, ihn noch wohnlicher zu gestalten.

**Reichern Sie Ihre Kundendaten mit Spannenderem an!**

Worum es hier geht: Daten über Kunden zu sammeln, bildet die Basis dafür, sie ab-



**Top-Kunden schätzen einen auf sie zugeschnittenen Brief vom Chef persönlich.**

gestimmt auf ihre Bedürfnisse anzusprechen. Kriterien wie Alter, Wohnort, Haushaltsgrösse usw. genügen nicht. Die Schauspieler Woody Allen und Sylvester Stallone müssten nach rein soziodemografischen Gesichtspunkten exakt gleich angesprochen werden. Aber glaubt jemand ernsthaft, dass die beiden die gleichen Bedürfnisse haben und auf die gleichen Angebote reagieren? Reichern Sie Ihre Kundendaten mit Spannenderem an! Sind die Kunden konservativ (legen Wert auf Tradition und das Bewährte)



**Nach jedem Gespräch mit dem Kunden kann die Kundenkartei einfach und schnell aufdatiert werden.**