

Schritt für Schritt: So fördern Sie Ihr Empfehlungsmarketing

Manchmal begegnen einem ambulante Dienste, da scheint alles zu passen, obwohl durchaus vieles nicht hochglanzmäßig perfekt und schon gar nicht super genormt ist. Die Mitarbeiter wirken gelöst und engagiert, das Klima ist zugewandt und freundlich trotz allgegenwärtigem Stress und Leistungsdruck. Solche Dienste werden von PDLs geleitet, die ihre Arbeit lieben und die erkannt haben, worauf es ankommt: darauf, Menschen emotional zu berühren, darauf, dass man sich bei ihnen wohl fühlt, auf Inspiriertsein, auf gelebte, authentische Begeisterung für das gemeinsame Tun nach innen und außen.

Begeisterung ist der Nährboden für die Entwicklung gelingender Beziehungen – in sozialen Netzwerken und in der realen Welt. Kunden, die weiterempfehlen, die von der Qualität des Dienstes und seiner Mitarbeiter schwärmen, Freunde und Fans sind – das alles wirkt zurück auf den Arbeitsalltag. Das Lob der Kunden stärkt die Mitarbeiter. Das Ergebnis sind Mitarbeiter, die stolz sind bei ihnen zu arbeiten,

sich stark mit dem Träger, mit Ihnen und vor allem mit dem, was sie selbst schaffen, identifizieren. Die wieder andere Kollegen ansprechen und auf Ihren Dienst hinweisen.

EMPFEHLUNGSMARKETING: RUNDUM GUT UND KOSTENGÜNSTIG

In PDLpraxis 3/2015 haben wir bereits Aspekte des Empfehlungsmarketings, insbesondere in den Sozialen Netzwerken, behandelt. In diesem Beitrag erfahren Sie, wie Sie empfehlenswerte Voraussetzungen im Unternehmen schaffen und Empfehlungen strategisch aktivieren, die über die bestehenden Kunden hinausgehen. Empfehlungen sind wichtiger denn je, weil die Welt komplizierter geworden ist: Weil Menschen mit pflegebedürftigen Angehörigen das Gefühl haben, sich Fehlentscheidungen nicht leisten zu können. Weil Mitarbeiter, die sich an ihrem derzeitigen Arbeitsplatz nicht mehr wohlfühlen, den Aussagen von Stellenanzeigen und Hochglanzbroschüren nicht mehr vertrauen und nach authentischen Empfehlungen suchen.

» Kommunizieren Sie
auf Augenhöhe,
schenken und schaffen
Sie Vertrauen!

IHRE STRATEGIE

Machen Sie sich mit allen Mitarbeitern auf den Weg. Er führt Sie Schritt für Schritt in eine sich selbst positiv stärkende Zukunft. Auf diese Weise tun Sie gerade jetzt etwas Stärkendes für Team und Kunden. Planen Sie folgende Schritte:

1. Begeisternde Voraussetzungen für Empfehlungen schaffen
2. Erkennen und kennen Sie Ihre Empfehler
3. Erfolgsgeschichten schreiben und weiter erzählen (lassen)
4. Gute Kreise ziehen: Mit System in die Verbreitung
5. Die Empfehlungsrate ermitteln und gezielt steigern
6. Aktionsprogramme für wertvolle Empfehlungen

SCHRITT 1: WIE SIE BEGEISTERNDE VORAUSSETZUNGEN FÜR EMPFEHLUNGEN SCHAFFEN

Nutzen Sie hierzu den Fragebogen „Begeisternde Voraussetzungen schaffen“ (siehe Download-Tipp am Ende des Beitrages).

1. Grundlage aller Empfehlungen sind stimmige Qualitäts- und Beschwerdepunkte:

Diese sind in Ihrem Qualitätsmanagement beschrieben. Schauen Sie noch einmal mit Ihrem Team darauf, was im Sinne der Kunden und Mitarbeiter noch besser (schlanker/unbürokratischer) gelöst werden könnte.

2. Exzellente Beziehungsfähigkeit:

Kommunizieren Sie auf Augenhöhe, schenken und schaffen Sie Vertrauen durch Ehrlichkeit, Verlässlichkeit, einen Schuss Gelassenheit und Authentizität. Wichtig ist, dass Sie sich für die Menschen interessieren: für die, denen Sie Ihre Dienstleistung verkaufen und für die, die für Sie arbeiten! Pflegen Sie Ihre Kunden- und Mitarbeiterdatei mit wichtigen Infos:

- Welche Schwerpunkte, Interessen, Anliegen sind wichtig?
- Was stört/beeinträchtigt die Person rasch?

SCHRITT 2: ERKENNEN UND KENNEN SIE IHRE EMPFEHLER

Gehen Sie nun in die Offensive und befragen Sie Ihre Kunden und Mitarbeiter. Stellen Sie im persönlichen Gespräch, per Telefon oder E-Mail ein paar einfache Fragen (nach Schüller 2014: 17 und Rubin 2010: 15):

- Was schätzen Sie an unserem Dienst?
- Was können wir besonders gut? Was ist besonders liebenswert?
- Wenn es eine Sache gibt, die wir unbedingt verbessern sollten, was wäre dann das Wichtigste für Sie? Oder: Ich hatte den Eindruck, dass Sie in der letzten Zeit nicht 100 % zufrieden waren mit ... Es ist mir wichtig, dass Sie mit unserer Leistung zufrieden sind/sich hier im Dienst wohlfühlen ... Was können wir/kann ich tun?
- Wie würde für Sie eine perfekte Leistung/Unterstützung bzw. ein perfektes Angebot aussehen? Was können wir in Zukunft noch tun, um Sie glücklich zu machen?
- Welche der genannten Eigenschaften verbinden Sie mit uns/mir: 1) zuverlässig, 2) kulant, 3) engagiert?
- Wo unterstützen wir Sie/helfen wir Ihnen am wirksamsten? Was tut Ihnen besonders gut bei uns?

Abgleich und Auswertung

Wichtig für Sie als PDL ist der Abgleich von Fremd- und Selbstbild. Beantworten Sie diese Fragen deshalb selbst schriftlich aus Ihrer eigenen Sicht. Vergleichen Sie diese Antworten mit denen Ihrer Kunden/Mitarbeiter und werten Sie diese aus:

- Decken sich die Antworten mit Ihren?
- Wenn es Diskrepanzen gibt: Welche Ursachen könnten dahinter stecken?
- Welche Anregungen, Hinweise und Vorschläge haben Sie erhalten? Was können Sie tun, um auch in diesem Bereich empfohlen zu werden oder: Können Sie diesen Faktor mit etwas anderem ausgleichen?

VERÄNDERUNGEN AUF DEN WEG BRINGEN

Wenn Sie Kritik erhalten, stehen Sie zu Problemen und Fehlern und zögern Sie nicht, sofort die entsprechenden Verbesserungsmaßnahmen einzuleiten. Mit Sicherheit wird nicht immer alles funktionieren. Lassen Sie sich nicht entmutigen, nichts und niemand ist perfekt. Binden Sie den Feedbackgeber in den Verbesserungsprozess ein und schon haben Sie wieder einen Fan gewonnen!

SCHRITT 3: ERFOLGSGESCHICHTEN SCHREIBEN UND WEITERERZÄHLEN (LASSEN)

Rücken Sie die Stärken Ihres Dienstes ins rechte Licht! Klare Botschaften sind die, die Kunden und Mitarbeitern ein klares Bild vom Anliegen Ihres Dienstes vermitteln.

Beispiel Botschaft für den Kunden:

Wir sind Ihr ambulanter Dienst der kurzen Wege – zu Ihnen persönlich und direkt vor Ort. Immer interessiert an Ihnen und Ihren Anliegen. Ehrlich, kompetent und menschlich. Wir kümmern uns passgenau um die richtige Unterstützung, damit Sie zufrieden zuhause leben können.

Beispiel Botschaft für die Mitarbeiter:

Wir sind Ihr ambulanter Arbeitgeber der Zukunft: Persönlich und engagiert. Bei uns gehören Sie dazu, Sie können erleben, wie gut Ihnen gute Pflege tut.

Tu Gutes und rede darüber!

Gerade die ambulante Pflege bietet reichlich Stoff für positive Geschichten, die Menschen berühren. Sie lassen mitfühlen, bauen Brücken, machen Spaß und: Sie vermitteln Ihre Werte und schaffen Vertrauen. Im besten Fall sind sie so faszinierend, dass sie zum Weiterzählen einladen. Sammeln Sie diese Geschichten und verbinden sie mit Ihrer Vision, arbeiten Sie interessante Fakten ein. Tragen Sie alle Ideen dazu in Ihren Empfehlungsmarketingplan ein.

Download:

Den Fragebogen „Begeisternde Voraussetzungen schaffen“ finden Sie unter www.haesusliche-pflege.net/Produkte/Downloads



KARLA KÄMMER

- > Inhaberin von Karla Kämmer Beratungsgesellschaft in Essen
- > www.kaemmer-beratung.de
- > E-Mail: info@kaemmer-beratung.de