

5 Regeln für ein erfolgreiches Online-Kundenbeziehungsmanagement

Hans Herrmann, HMC Market Consulting

Juli 2010

5 Regeln für ein erfolgreiches Online-Kundenbeziehungsmanagement

Sie versenden einen Newsletter an bestehende und neue Kunden? Sie empfangen Besucher auf Ihrer Homepage? Sie nutzen Social Media um auf Ihr Unternehmen aufmerksam zu machen? Wenn Sie diese Fragen mit ja beantworten, so fragen Sie sich, wie erfolgreich verläuft dann die Generierung neuer Kunden und die Beziehung der Stammkunden?

Nachstehend erhalten Sie einige wesentliche Tipps um die Beziehungen zu Ihren Interessenten und Kunden nachhaltig und erfolgreich zu gestalten:

1. Senden Sie eine Willkommen-E-Mail
Bedanken Sie sich, dass der Interessent sich für Ihre Informationen interessiert.
2. Fragen Sie den Interessenten bzw. Kunden welche Informationen ihn besonders interessieren bzw. was er gerne von Ihnen erwartet.
Laden Sie die Interessenten/Kunden ein Ihren Newsroom bzw. Ihren Blog oder andere Social Medien zu besuchen.
3. Individualisieren Sie den Inhalt Ihrer Informationen für Ihre Interessenten/Kunden.
Personifizieren Sie die E-Mails, die Sie versenden.
4. Antworten Sie mit Namen
Interessenten bzw. Kunden wollen mit Menschen kommunizieren und erwarten daher die Namen der Personen mit denen sie korrespondieren.
5. Erfassen Sie nicht nur die Interessenten- bzw. Kundendaten, sondern auch die Kommunikation mit ihnen.
Binden Sie die Kommunikation Ihrer Online-Aktivitäten in Ihr CRM bzw. Kundendatenbank ein.

Nur mit der Erfassung aller Interaktionen mit Interessenten und Kunden werden sich Ihre Anstrengungen und Aufwendungen zur Kundengewinnung und Kundenbindung auszahlen. Erfolgreich werden Sie auf Dauer mit einem Online-Marketing nur sein, wenn Sie dazu auch konsequent die Möglichkeiten eines Kundenbeziehungsmanagements /CRM nutzen.

© Eine Weitergabe oder eine Reproduzierung des Textes nur mit schriftlicher Genehmigung durch den Verfasser.

Hans Herrmann ist Consultant in Michelstadt und arbeitet im Rahmen eines Netzwerks mit der internationalen Strategieberatung 2hm & Associates in Mainz zusammen. Er verfügt über eine Ausbildung als Bankkaufmann und über ein betriebswirtschaftliches Studium. Nach langjähriger Tätigkeit als Manager „Strategisches Marketing“ bei einem internationalen Zulieferer ist er seit 10 Jahren geschäftsführender Gesellschafter bei 3hm Automotive, einer branchenorientierten Strategieberatung sowie Inhaber der hmc Market Consulting. Schwerpunktmäßig beschäftigt sich Hans Herrmann mit der markt- bzw. kundenorientierten Ausrichtung von Unternehmen. Grundlage sind auf Marktforschung basierende Problemlösungen, die zur Umsetzung im Unternehmen führen.

E-Mail: info@market-consulting.eu

Internet: <http://www.market-consulting.eu>