

Arbeitsblatt Referenzen

Mit Referenzen verkauft sich viel leichter. Du kannst deinen Umsatz um ein Vielfaches steigern, wenn du Referenzen hast und nochmal um ein Vielfaches, wenn du sie richtig einsetzt. Mit Hilfe dieses Arbeitsblatts kannst du in Zukunft systematischer Vorgehen und die Kraft von Referenzen voll ausschöpfen.

10 Strategien für mehr Referenzen

1. Fange mit deinen besten 5-10 Kunden an und frage sie direkt ob sie dir dabei helfen.
2. Wenn dein Kunde schreibfaul ist, hilf ihm beim Texten.
(Nutze dabei die Sprache des Kunden)
3. Tue etwas für den Kunden, wenn er etwas für dich tun soll
(Geschenktipp: E-Book mit relevanten Informationen für deinen Kunden, Gutscheine gehen auch als Dankeschön).
4. Integriere eine Abfrage auf deiner Webseite.
5. Sende dem Kunden eine E-Mail oder einen Brief mit der Bitte um ein ehrliches Feedback (das ist eine Referenz).
6. Mache ein kurzes Videointerview (auch gern mit dem Smartphone).
7. Nutze Referenzen von deinen Kollegen (aber nicht die der Kollegen vom Wettbewerb 😊).
8. Wenn der Kunde nichts schreiben möchte, frage ihn wie er dein Produkt findet und frage ob du das verwenden darfst und schreib es selbst.
9. Mache eine „Logo-Liste“ mit deinen bekanntesten Kunden.
(beachte die Markenrechte der Logos)
10. Lege jedem neuen Produkt eine Rückantwortkarte (Porto zahlt Empfänger) für Produktbewertungen bei.

Referenzen richtig einsetzen

1. Wo?

- ✓ Auf der Webseite.
- ✓ In gedruckten Unterlagen.
- ✓ Auf den Produktverpackungen.
- ✓ In sozialen Netzwerken.
- ✓ In der Presse (z. B. bei Interviews).
- ✓ Im eigenen Podcast (sehr hohe Reichweite!).
- ✓ Auf Angeboten.
- ✓ Im Verkaufsraum (z. B. Aussagen von Kunden mit Bild).
- ✓ In Blogbeiträgen und Newslettern.

2. Was ist zu beachten?

- ✓ Ehrlichkeit siegt, also keine „Fake-Referenzen“ nutzen.
- ✓ Nicht übertreiben.
- ✓ Den besten und den schlechtesten Referenzen traut der Kunde meist nicht.
- ✓ Referenzen von Zeit zu Zeit aktualisieren und auf den neusten Stand bringen.
- ✓ Viele Referenzen sind besser als wenige.
- ✓ Menschen vertrauen Menschen, lass deshalb „echte“ Menschen sprechen statt Firmen.
- ✓ Referenzen sollen zeigen wie die Problem von Kunden gelöst werden (mit deinem Produkt).
- ✓ Nutze Referenzen aus dem Bereich/Markt des Kunden.
- ✓ Referenzen sollen auch gern mit der (hoffentlich nicht so guten) Konkurrenz vergleichen.