

Bitte weitersagen!

Marketing Um neue Kunden zu gewinnen, rackern sich Reisebüros ganz schön ab. Dabei geht's auch einfach: Dann, wenn man von seinen Kunden weiterempfohlen wird. Reisebüros müssen's nur ansprechen. » Evelyn Sander

Visitenkarten von tollen Frisören oder günstigen Autowerkstätten sind heiß begehrt. Und vom Reisebüro? Die vergilben irgendwo. „Über Reisebüros redet man eher selten“, weiß Trainee Margit Heuser. Erzählt wird von Land, Leuten und Hotels, weniger von der Top-Beratung. „Da liegt **enormes Potenzial** brach“, findet Margit Heuser. Denn das Thema „Kunden werben Kunden“ spielt am Counter oft überhaupt keine Rolle.

Die Visitenkarte wird mitgegeben, das war's. „Das ist zu wenig, um Kunden zu Empfehlern zu machen“, betont die Trainerin

aus Ludwigsburg. Der ideale Zeitpunkt ist nach der Beratung: „Fragen Sie den Kunden, ob er mit der Beratung zufrieden war“, rät die Trainerin. „Bejaht er, sagen Sie gleich, dass Sie sich über eine Weiterempfehlung freuen würden.“ Es gilt: Kein Kunde sollte ohne diese Aufforderung rausgehen.

So einfach ist das im Alltagsstress nicht immer. Aber es lohnt sich, weiß Axel Steffen. „Es ist unser größtes Potenzial überhaupt“, betont der Chef der Reisewelt Kehl. „der einfachste Weg, an neue Kunden zu kommen, und das auch noch mit einem **dicken Vertrauensvorschluss**“. Schon seit Jahren steht auf seiner Beratungs-Checkliste

neben Pässen, Visa oder Transfers auch das Stichwort Weiterempfehlung. Steffen: „Bekommen wir nach der Beratung positives Feedback, kann man die Chance leicht nutzen.“ Dafür hat er extra Weiterempfehlungskarten drucken lassen. Kommt ein Neukunde damit ins Büro, kann sich der Empfehler eine Prämie aussuchen.

Der Hinweis gehört zur Beratung

„Besonders hochwertige Kunden werben für uns“, freut sich Büro-Chef Steffen. Sie sind meist stark vernetzt – vom Golfclub bis zu den Rotariern. Aber **nicht nur die klassischen A-Kunden bringen Neue**, auch eher unauffällige, glückliche Kanaren-Urlauber sorgen für zusätzliche Kunden.

So nutzen die Kolleginnen vom Reisebüro Globus in Neuruppin schon seit Jahren das Kunden-werben-Kunden-Potenzial. In keinem Verkaufstraining fehlt das Thema, der Hinweis sei schon „in Fleisch und

Kettenreaktion
– Wenn Freunde Freunde werben, angeln sich Reisebüros ganz einfach und kostengünstig neue Kunden.





„Wer eine enge Bindung zu seinen Kunden hat, wird oft weiterempfohlen.“

Helmut Lang
TUI Reisecenter Gröbenzell



„Gute Beratung und Betreuung sind die wichtigsten Voraussetzungen.“

Renate Scholz
Reisebüro Globus, Neuruppin



„Bei jeder Buchung sollte ‚Kunden werben Kunden‘ ein Thema sein.“

Axel Steffen
Reisewelt Kehl (bei Offenburg)

Blut übergegangen“, schmünzelt Geschäftsführerin Renate Scholz. Für sie ist es nicht nur Neukunden-Potenzial, das es auszuschöpfen gilt. „Wir wollen erfahren, ob der Kunde wirklich mit der Beratung zufrieden war.“ Für die Weiterempfehlung werden die Kunden seit drei Jahren **mit einer Prämie belohnt**. 150 Punkte bekommt der Werber eines Neukunden. Punkte für eine Reisetasche, eine Kofferwaage oder ein Fernglas. „Ein kleines Dankeschön“, betont Renate Scholz. Es sei nur ein i-Tüpfelchen, das bei den Kunden sehr gut ankommt. „Die freuen sich schon sehr darüber.“

Dabei funktioniert das Kundenwerben-Kunden-Modell auch ohne Geschenke. Helmut Lang, Chef vom TUI Reisecenter Gröbenzell (bei München) verteilt keine Prämien, er bedankt

sich aber persönlich bei jedem Werber. „Die freuen sich dann genauso wie wir“, erzählt Lang. Satte 40 Prozent seiner Neukunden kommen auf Empfehlung. Auf die achtet er dann besonders, vor der ersten Reise wird alles doppelt gecheckt. Lang: „Da darf nichts schiefgehen – vom Menü bis zum Zimmer mit Meerblick.“ Gilt es doch, den Vertrauensvorschuss einzulösen.

Die Kunden-Ansprüche sind hoch, da sind sich die engagierten Reisebüro-Chefs einig. Ohne motivierte Kollegen, Weiterbildung und Info-Reisen kann man sich Weiterempfehlungskarten eigentlich sparen: „Die **Beratungsqualität ist das A und O**“, betont Büro-Chefin Renate Scholz. Und die schaffen nur Büros, die ständig in ihre Mitarbeiter investieren – weitersagen!



» Tipps

Wie Kundenwerbung richtig läuft

Anregungen von Trainerin Margit Heuser aus Ludwigsburg.



Beratung Fragen Sie am Ende der Beratung, ob der Kunde mit Ihnen zufrieden war. Wenn ja, sagen Sie ihm direkt, dass Sie sich freuen würden, wenn er Ihr Reisebüro weiterempfiehlt.

Visitenkarten Geben Sie dem Kunden immer zwei Karten mit: eine für ihn, die andere zum Weitergeben. Visitenkarten mit Foto eignen sich dafür am besten.

Dankeschön Wenn Ihnen der Kunde nach dem Urlaub begeistert Blumen schenkt, sollten Sie sich nicht nur bedanken, sondern ihn auch direkt fragen, wen er kennt, der auch so einen tollen Urlaub erleben möchte.

Telefon Ist Ihr Kunde beim „War alles in Ordnung“-Anruf nach der Reise glücklich, fragen Sie nach seinen nächsten Plänen und bitten ihn, ihr Büro weiterzuempfehlen.

Belohnung Wenn jemand auf Empfehlung kommt, müssen Sie sich unbedingt persönlich beim Werber dafür bedanken. Schön wäre auch ein kleines Geschenk.