

➔ 7 osvědčených tipů jak vybudovat základnu věrných zákazníků

1. lekce

Doporučení => nejlepší zdroj nových zakázek

Malé a střední firmy dennodenně hledají ať už nové nebo staré, osvědčené marketingové taktiky a strategie za účelem získávání nových zákazníků. Jednou z nejučinnějších metod získávání nových zákazníků je osobní doporučení.

Na video [klikněte zde...](#)



Pokud se na získávání osobních doporučení vaše firma zaměří, získá tak během roku několikanásobně více nových zákazníků (zakázek).

Doporučení vašich zákazníků tedy hraje klíčovou roli v získávání nových zákazníků a je postaveno především na kladné zkušenosti s vaší firmou. Proto je třeba se zaměřit více na vaše stávající zákazníky a začít s nimi systematicky budovat vřelé obchodní vztahy.

Mnoho firem však dělá pravý opak. Místo, aby firmy více zapracovaly na širším uspokojování potřeb zákazníků a začaly rozvíjet služby pro své stávající zákazníky, investují větší část svého času a rozpočtu do marketingových kampaní zaměřených na získávání nových zákazníků a neuvědomují si, že získat nového zákazníka je 5-6x nákladnější, než si udržet toho stávajícího.

Pokud si tuto skutečnost plně uvědomíte, tak se chytnete příležitosti a vztahy se stávajícími zákazníky začnete co nejdříve rozvíjet. Odměnou vám pak budou jejich doporučení, na kterých vybudujete pevnější základy vašeho byznysu.

5 FAKTŮ O DOPORUČENÍ

- 1.** Doporučení je **jedním z nejefektivnějších marketingových nástrojů** jak získat nové obchodní příležitosti
- 2.** Doporučení **má o 80% vyšší účinnost** než např. neohlášený telefonát. (tzv. cold calling)
- 3.** **Přibližně 70% všech nových obchodů** je získáno prostřednictvím networkingu což je synonymum pro kladné doporučení zákazníka
- 4.** Každý podnikatel má **kolem sebe v průměru dalších obchodních 250 kontaktů**, takže příležitosti k doporučení jsou velké a rostou s každým člověkem, se kterým se vám podaří navázat dobrý obchodní vztah a vzájemnou důvěru.
- 5.** Jakýkoliv kontakt, který pro vás představuje obchod, **může být od vás vzdálen pouze o 4 nebo 5 lidí**

VIDEO 1 =>

Proč vám nejlépe funguje doporučení

Na video [klikněte zde...](#)



VIDEO 2 =>

Co vám přináší doporučení

Na video [klikněte zde...](#)



JAK ZÍSKAT DOPORUČENÍ

Často je umění být ve světě obchodu správným člověkem, na správném místě a ve správný čas. K dosažení tohoto ideálního stavu používáme mnoho různých marketingových nástrojů a absolvujeme stovky obchodních jednání za účelem prodeje.

Jedním z vysoce účinných marketingových nástrojů, který v České republice začíná postupně využívat stále více podnikatelů, je tzv. **referenční networking**.

Doporučení od zákazníka můžete získávat tak jako většina podnikatelů pasivním způsobem. To znamená, že budete čekat a čekat až vám někdy nějaký zákazník poskytne doporučení. Zpravidla neposkytne. A pokud ano, tak skutečně velmi zřídka.

Pokud chcete získat každoročně stovky doporučení, je zapotřebí, abyste byli v získávání doporučení aktivní. **Nastavením promyšlené strategie** vyhledávání správných doporučení neoponecháte nic náhodě a proměníte doporučení ve zlatý důl.

3 ZDROJE DOPORUČENÍ => POKLADNICE NOVÝCH ZAKÁZEK

Vytvořte si firemní referenční program a postupujte podle něj od samého začátku obchodního vztahu, který vzniká prvním kontaktem s těmito třemi zdroji doporučení.

1. Zákazníci

Vysvětlete svým zákazníkům již od začátku vašeho obchodního vztahu, že vaše firma preferuje růst prostřednictvím kvalitních vztahů a vzájemné důvěry se zákazníky, více než růst prostřednictvím neosobních reklam, takže pokud budou spokojeni s vaší prací, rádi byste díky nim získali doporučení na další potenciální zákazníky, kterým byste rovněž mohli pomoci zprostředkovat vaše kvalitní produkty nebo služby.



2. Ex-zákazníci

Žádejte o doporučení co nejdříve je to jen možné. Tím umožníte této skupině zákazníků, aby popsali konkrétní výhody vašeho produktu více specificky a více tak zapůsobili na potenciální zákazníky.

Tipy pro vás:

1. Dobrým způsobem je začít s několika stručnými otázkami zaměřenými na zpětnou vazbu vašich služeb a produktů.
2. Další účinnou metodou – ještě před tím, než požádáte vybrané zákazníky o doporučení je, že popřemýšlíte o tom, které z vašich ostatních zákazníků byste sami mohli doporučit těm, od kterých budete doporučení žádat. Je velmi pravděpodobné, že vám tuto službu budou chtít vaši ex-zákazníci sami od sebe oplatit nebo pokud je o to následně sami požádáte, tak to učiní s mnohem větší chutí než kdybyste jim předtím nikoho sami nedoporučili.

3. Rodina a přátelé

U mnohých firem velmi podceňovaný zdroj, ale úspěšné firmy jsou si vědomy toho, že i zde je velký potenciál nových zákazníků. Vědí vaši přátelé a rodinní příslušníci čím se vaše firma zabývá, co je jejím hlavním produktem, jaké výhody poskytuje a kdo jsou vaši zákazníci? Pokud ne, napravte to a vytěžte i z tohoto zdroje co nejvíce doporučení.

Tip pro vás:

Pošlete ručně psaný pozdrav s poděkováním za to, že s vámi dotyčný dělá byznys, nebo že jste se setkali. Do poděkování můžete vložit nějaký voucher, nebo nějakou hodnotnou informaci, nebo nějakou ne-obchodní službu a krátkou žádost o doporučení. Podnikatelé běžně nedostávají tento typ korespondence, a proto si vás díky tomuto velmi dobře zapamatují – když už vám nedají doporučení hned, budou si vás pamatovat a mohou vám jej předat později.

CO UDĚLAT, ABY VÁS DOPORUČILI NEBO VÁM NĚKDO NĚKOGO DOPORUČIL

- **Získejte objektivitu** – zjistěte, co můžete udělat lépe. Dotazníky jsou dobrý marketingový nástroj, ale mnohem účinnější je osobní telefonát nebo osobní setkání. Jednoduše se svých zákazníků zeptejte, co pro ně můžete udělat lépe.
- **Ztrácíte zákazníky? Získejte je zpět!** Zavolejte jim a chtějte vědět, proč od vás již nenakupují, co byste měli udělat pro to, aby se k vám opakovaně vraceli a byli spokojenější a v rámci možností jim vyhovte.
- **Nejdůležitější je, abyste řekli lidem, proč se ptáte.** Aby se necítili pod tlakem vaší otázky špatně a nedali vám pouze zdvořilostní odpověď. Vysvětlete jim, že hledáte způsoby, jak udělat vaši firmu více doporučitelnou a hledáte konstruktivní kritiku, která by mohla pomoci.
- **Předčete jejich očekávání!** Dobrá společnost doručí to, co slíbí. Nejlepší společnost doručí o něco víc, než slíbí. Co může navýšit hodnotu vaší služby?
- **Sbírejte kladné reference** o tom, jak vaše výrobky/služby pomohly vašim zákazníkům.
- **Staňte se expertem!** Ne tak, že se za něj prohlásíte, ale buďte na pozici experta v očích zákazníka tím, že mu ukážete, jakým způsobem řeší váš produkt problémy zákazníků a představíte mu klíčové výhody vašeho produktu či služby v porovnání s konkurencí.
- **Vezměte nespokojeného klienta na oběd** – neskryvejte se před stížnostmi. Nespokojený zákazník vám může ukázat cestu, jak se zlepšit. Získáte i příležitost jak špatnou situaci napravit.
- **Běžte za hranice vztahu dodavatel-odběratel** a udělejte pro své zákazníky něco extra, co nesouvisí s byznysem. Seznamte je s někým pro ně přínosným, pošlete lístky na fotbal, nebo jinou akci, pozvěte je na networking atd.