

Referrals For Life® Marketing Programm Strategische Mundpropaganda™ als Marketinginstrument.

Die Basis für exzellenten Erfolg im Neukundengeschäft sind Empfehlungen.

Wussten Sie, dass laut einer Studie von AC Nielsen mehr als 78% potenzieller Kunden auf die Empfehlung anderer Menschen vertrauen? Und das gilt gerade für anspruchsvolle und innovative Produkte und Dienstleistungen.

Besser strategisch – nicht zufällig!

Strategische Mundpropaganda™ als Marketinginstrument zu verwenden ist möglicherweise nahe liegender, als viele UnternehmerInnen denken.

Deshalb überlassen Sie Empfehlungen bitte nicht dem Zufall. Entwickeln Sie besser einen individuellen Plan für Ihr Unternehmen, wie Sie Strategische Mundpropaganda™ perfekt als Marketinginstrument nutzen können.

Sinn & Zweck

Die TeilnehmerInnen wie auch AbsolventInnen unserer Programme profitieren schon heute intensiv und langfristig von neu gewonnenen EmpfehlungspartnerInnen, einem erweiterten Wissen und kontinuierlichen Entwicklungsmöglichkeiten. Machen Sie sich selbst ein Bild, den Beweis dafür liefern unsere Testimonials! (siehe Anlage 1)

Motivation & Inhalt

Im Rahmen des Referrals For Life[®] Programms entwickeln die TeilnehmerInnen gemeinsam mit anderen UnternehmerInnen ein individuelles B2B-Netzwerk. Dieses besteht aus 3 bis 5 sorgfältig ausgewählten Personen, die langfristig zu Ihren EmpfehlungspartnerInnen werden. Das verfolgte Ziel ist die kontinuierliche gegenseitige Weiterempfehlung. Kurz gesagt: Durch direkte Empfehlung wird der Anruf des Anbieters, also Ihr Anruf, vom potentiellen Neukunden bereits erwartet!

„Wo stehe ich jetzt?“-Self-Check

Nutzen Sie Mundpropaganda schon heute? In der Anlage 3 übersende ich Ihnen unseren „Wo stehe ich jetzt?“-Self-Check: „Evaluieren Sie Ihre aktuelle Vorgangsweise im Umgang mit Empfehlungen.“

Konzept & System

Das Referrals For Life® Programm besteht aus den Phasen PRISE2:

- P Planung und Architektur des eigenen B2B Netzwerks
- R Relationship: Beziehungsaufbau zu den (potenziellen) EmpfehlungspartnerInnen
- I Identifizierung der gegenseitigen Potenziale der Empfehlungspartner
- S Strategieentwicklung mit den EmpfehlungspartnerInnen
- E Execution: Generierung gegenseitiger Geschäftsempfehlungen
- E Evaluierung des Erfolgs und Adaption

Phase P – Planung:

Die Erstellung des Marketingplans für Strategische Mundpropaganda™ erfolgt im Certified Networker® Marketing Programm. Dieses Programm besteht standardmäßig aus 12 Modulen zu je 3 Stunden, die wöchentlich stattfinden. Dieses Format gewährleistet, dass bereits nach dem ersten Modul 1 mit der praktischen Umsetzung und somit mit der Phase Relationship/Beziehungsaufbau begonnen wird.

Über die weiteren Phasen informieren wir Sie während des Certified Networker Programms.

Investition

Network-Init

Initialisierung des persönlichen B2B-Empfehlungsnetzwerks mit einem Empfehlungspartner
Dauer: 12 Wochen (Je eine Trainingseinheit / Modul / Woche), Investment € 3.500,-* + 19% USt.

***Einmaliger Nachlass für BNI-Mitglieder von € 2.000,- in 2012 !**

Invest also nur € 1.500,-!

Über Andreas Huckle

Andreas D. Huckle ist Trainer und Coach aus Überzeugung. Die Grundlage für seine heutige Tätigkeit ist der Vertrieb von erklärungsbedürftigen Produkten. Seine Erfolge hat er unter anderem in Führungspositionen für den Gothaer Konzern, Manpower Frankfurt und der Kumatronik Software in Markdorf am Bodensee mit Personalverantwortung erzielt. In dieser Zeit hat er, neben der Projektbetreuung und Rekrutierung von Mitarbeitern auch das Mitarbeitertraining und Coaching in den Bereichen Verkauf und Führung durchgeführt. Neben seiner Tätigkeit als Unternehmer des Referral Institutes ist er für BNI-Südwest, der führenden Organisation für das Empfehlungsmarketing in Teams, für die Trainings verantwortlich, betreut laufende Unternehmergruppen und baut neue Teams auf. Seine über die Jahre gewonnene Erfahrung in der Anleitung und dem Coaching von Unternehmen im Empfehlungsmarketing in der Gruppe, schaffen eine hervorragende Grundlage um mit den Trainings- und Coaching-Programmen des Referral Institutes das Empfehlungsmarketing ganz individuell und strategisch gezielt durchzuführen.

Sein Motto: "Genieße jeden Augenblick und sei du selbst!"

Über das Referral Institute®

Das Referral Institute, gegründet im Jahr 2000, ist eine internationale Franchise-Organisation mit Niederlassungen in insgesamt 15 Ländern weltweit. Hier werden nicht nur umfassende Programme geboten, sondern ein eigener Life- und Work-Style gelebt.

Nehmen Sie Kontakt auf, ich freue mich auf Sie!



Referral Institute Karlsruhe / Baden-Baden
Andreas Huckle
0151 546 64 112
ahuckle@referralinstitute.com

Im Anhang

- Anlage 1:** Testimonials und Referenzkunden
- Anlage 2:** Die 12 Module des Certified Networker® Marketing Programms
- Anlage 3:** Wo stehen Sie jetzt?

Anlage 1: Testimonials und Referenzkunden



*„Netzwerken hat nichts mit Herumwerken zu tun. Im Certified Networker® Programm des Referral Institute wird überzeugend und vor allem wirkungsvoll vermittelt, wie man mit Fokus, Tools und vor allem der richtigen Einstellung andere wertschätzt und ihnen Nutzen bringt. Hier wird deutlich, wie die Pflege von Kontakten in weniger Zeit zu deutlich mehr Resultaten führen. Durch die Professionalisierung des Networking steigt gleichzeitig auch der Spaß daran – das vermittelt Thomas Albrecht absolut glaubwürdig. **Mein Netzwerk an Schlüsselpersonen ist schon während des Programms spürbar effektiver geworden und die sich auftuenden Möglichkeiten sind nahezu unbegrenzt.**“*

Dr. Clemens Widhalm, CEO Dale Carnegie Training Österreich, www.dale-carnegie.at



Im Certified Networker® Programm habe ich umdenken gelernt, einen neuen Zugang zur Neukundengewinnung gefunden. Von der absoluten Einzelkämpferin mit Fokus auf mein Kerngeschäft habe ich gelernt, mich auf Netzwerken einzulassen, die richtigen Fragen bei Veranstaltungen zu stellen und dadurch schon einige sehr gute neue Kontakte geknüpft.

Mag. Gabriele Frömel, Eigentümerin biz.talk Language Consulting



Durch eine liebe Bekannte und Kollegin, Barbara Roth, kam ich zu Ihrem Impulsreferat über „Strategische Mundpropaganda™ als Marketinginstrument“ und war ehrlich begeistert.

Der Ansatz, mich nicht nur auf meine Kontakte als Empfehlung zu konzentrieren, sondern diese als „Türöffner“ für deren Kontakte gezielt einzusetzen, war für mich neu und hat spannende Perspektiven eröffnet. In dieser Idee steckt ein unglaubliches Potenzial, das jeder für sich nutzen kann. Ich bin bereits dabei, passende Referenzpartner zu finden, damit wir wechselseitig als Türöffner agieren und voneinander profitieren können. Ich danke Ihnen herzlich für diesen wertvollen Input!

Bettina Kristof, www.kuk-pr.at



Für jeden, der qualifizierte Verkaufsleads haben möchte, kann ich dieses Programm sehr empfehlen. Denn eines habe ich gelernt, Netzwerken im Sinne von „Strategischer Mundpropaganda™“ hat nichts mit belanglosem „Bla Bla“ zu tun, sondern damit, tragfähige Beziehungen aufzubauen, um eine gegenseitige Win-Win Situation herzustellen.

Michael Knorr, Trainer und Sales Executive Dale Carnegie Österreich, www.dale-carnegie.at



Erstmals fand ich den Mut, persönliche Informationen über mich Preis zu geben, den Kundennutzen in den Vordergrund zu stellen und auf langwierige Erklärungen, wie ich das mache, zu verzichten.

Seit ich den Tipps folge, muss ich die Frage, was mich von den vielen anderen Coaches am Markt unterscheidet, nicht mehr beantworten. Die Menschen, denen ich begegne, erkennen viel schneller, was mich und meine Dienstleistung ausmacht. Ich fühle mich in der Akquisition besser und die Kontakte, die ich knüpfe, sind deutlich produktiver als früher.

Kristina Zettl, Kommunikation & Information Zettl KG, www.kiz.co.at

Referenzkunden

FCm Travel Solutions Columbus Business Travel GmbH
Pension Vorsorge GmbH
exponorm Veranstaltungsdesign GmbH
hm-Küchen- und Wohnstudio
Dale Carnegie Training Österreich GmbH
Volksbank Wien AG
Medani Web Design
Atelier Wien Architekten ZT GmbH
Alois Czipin Produktivitätsberatung GmbH
biz talk Language Consulting
Connect Sprachenservice
Austrian Business Agency
bomiba - body-mind-balance
Littera Druck Rauch GmbH
consult4results
Eucusa GmbH
a-plus Architekten ZT-GmbH
COWOS - Telefonmarketing
Impulsberatung Gerhard Jeidler
Baumeister Haindl GmbH
Bogenhuber & Partner Wirtschaftstrainer
Rolf Moor Haustechnik GmbH Schweiz
BEKO Engineering
Hassler Parkett International GmbH
Mailboxes etc.
femfinanz Finanzierungen
Regina Kubelka Arts
mangokite Werbeagentur
funkelblau Werbeagentur
Architekturfotografie Mischa Erben
Blaha Büromöbel GmbH
gp Designpartners GmbH
plandruck plus gmbh
appsystems.at
Re/Max Immobilien
TRAiNiNG - das Magazin für Weiterbildung und HR
Wienwert Immobilien Finanz AG

Anlage 2: Die 12 Module des Certified Networker® Programms:

Modul 1 – Bestimmen Sie Ihre Ausgangslage

Machen Sie eine Bestandsaufnahme, wie gut Sie auf Strategische Mundpropaganda™ vorbereitet sind und definieren Sie Ihren Zielmarkt und jene Produkte und Leistungen, denen zu deutlich mehr Umsatz verholfen werden soll.

Modul 2 – Identifizieren Sie Ihr Netzwerk mit dem VCP-Prozess

Eine gute zwischenmenschliche Beziehung ist die wichtigste Basis, um von anderen Menschen kontinuierlich Empfehlungen zu erhalten. Erkennen und nützen Sie die drei Phasen des Beziehungsaufbaus für Ihre Strategische Mundpropaganda™.

Modul 3 – Die 10 Grundlagen des Netzwerkens

Erfahren Sie, welche Tools Ihnen für effektives Netzwerken zur Verfügung stehen – und Sie werden danach jede Veranstaltung zielorientiert zu nützen wissen.

Modul 4 – Selbstpräsentationen, die in Erinnerung bleiben

Stellen Sie sich und Ihr Business in 30 oder 60 Sekunden so vor, dass man sich auf jeden Fall an Sie erinnern wird!

Modul 5 – Effektiv präsentieren

Trainieren Sie, Ihre Botschaft so zu transportieren, dass Sie gerne empfohlen werden.

Modul 6 – Tools und Techniken, um Ihr Image zu steigern

Unterstützen Sie Ihr Auftreten am Markt, am besten durch Testimonials.

Modul 7 – Das Arbeiten mit dem Wirkungskreis

Finden Sie heraus, wer von Ihren Empfehlungsgebern dieselben Kunden hat wie Sie und werden Sie "Gate-Keeper" in Ihren Netzwerken.

Modul 8 – Das G.A.I.N.S. Profil und 15 Wege Andere zu fördern

Erfahren Sie, was Sie über Ihre NetzwerkpartnerInnen wissen sollten, und wie Sie diese unterstützen können.

Modul 9 – 18 Methoden, die Ihre EmpfehlungspartnerInnen motivieren

18 unterschiedliche Methoden verstärken Ihre Beziehung zu Ihren Empfehlungsgebern.

Modul 10 – Trainieren Sie Ihre EmpfehlungspartnerInnen

Was sollte Ihr Empfehlungsgeber über Sie wissen? Das 5-Phasen System hilft Ihnen, Ihr Empfehlungsnetzwerk zu aktivieren.

Modul 11 – Überprüfen Sie Ihre Effektivität

Entwickeln Sie ein System, das Ihre Effektivität überprüft und die Qualität der erhaltenen Empfehlungen noch weiter steigert.

Modul 12 – Strategische Mundpropaganda™ – der Marketing Life-Style

Fragen Sie effektiv nach Empfehlungen und stellen Sie sicher, dass Ihre Empfehlungsquellen nie versiegen.

Anlage 3: Wo stehen Sie jetzt?

Sie möchten mehr qualifizierte Geschäftsempfehlungen erhalten, denn Sie wissen, dass solche Geschäftsempfehlungen die kostengünstigste Möglichkeit sind, mehr Umsatz zu generieren? Haben Sie den richtigen Plan schon erstellt und auch umgesetzt?

Evaluieren Sie Ihre heutige Vorgangsweise im Umgang mit Empfehlungen. Wählen Sie pro Tabelle jeweils jenes Statement aus, das Ihre heutige Situation am besten beschreibt und addieren Sie am Ende die Punktezahl.

Sie können diese Evaluierung auch online durchführen, klicken Sie [hier!](#)

Ich habe einen Plan für (Strategische) Mundpropaganda™ und arbeite danach.	Punkte
Mein Strategischer Mundpropaganda™-Plan ist dokumentiert und enthält ein Mission Statement, Zielmarkt, Produkte und Dienstleistungen, identifizierte Empfehlungsquellen, Taktiken zur Motivation der Empfehlungsquellen und ein Erinnerungssystem, Umsatzziele durch Empfehlungen sowie ein Zeitmanagement und ein Budget. Dieser Plan wird konstant gelebt und periodisch aufgearbeitet.	5
Ich habe einen dokumentierten Plan für Strategische Mundpropaganda™, den ich allerdings nur sporadisch umsetze.	4
Ich kenne und verstehe die Komponenten meines Plans für Strategische Mundpropaganda™, habe sie jedoch nicht dokumentiert.	3
Ich habe keinen formellen Plan für Strategische Mundpropaganda™, sehe mich jedoch nach Empfehlungen um.	2
Mein einziges Vorhaben ist die Teilnahme an einer oder mehr Netzwerkgruppen.	1
Ich habe gegenwärtig kein Konzept, Geschäft aus Empfehlungen und durch Mundpropaganda zu generieren, allerdings möchte ich sporadisch Empfehlungen erhalten.	0
Ich verfolge die Herkunft jeder erhaltenen Geschäftsempfehlung.	Punkte
Mein Empfehlungs-Tracking-System zeigt mir, wer mich empfohlen hat, wie viel Geschäft durch die Empfehlung entstanden ist und wie viel zusätzliches Geschäft durch die Empfehlung zustande gekommen ist. Ich kann leicht Berichte über meine profitabelsten Empfehlungsquellen erstellen, wie viel sie mir empfohlen haben, die Abschlussrate und den durchschnittlichen Langzeitwert meiner Empfehlungen. Das Tracking-System beinhaltet außerdem die Empfehlungen, die ich gegeben habe.	5

Ich habe einen Plan für (Strategische) Mundpropaganda™ und arbeite danach.	Punkte
Mit meinem Tracking-System kann ich den Gesamtwert meiner Empfehlungen feststellen und protokollieren, wer mich empfohlen hat.	4
Ich kann zwar alle meine Empfehlungen nachvollziehen, jedoch ist es mir nicht möglich, den Wert der jeweiligen Empfehlung nachzuvollziehen.	3
Ich hebe das gesamte Empfehlungsmaterial auf, was ich von meiner Netzwerkgruppe erhalte.	2
Ich verfolge meine Empfehlungen nicht konsequent nach, habe allerdings eine gute Erinnerung daran, wer mich empfohlen hat.	1
Es gibt derzeit nichts nachzuvollziehen.	0
Ich habe eine leicht anzuwendende organisierte Datenbank.	Punkte
Meine Datenbank enthält die Kontaktdaten, Firmennamen und Berufsstand aller meiner derzeitigen Geschäftsbeziehungen. Die Beziehungen können nach Sichtbarkeit (Visibility), Glaubwürdigkeit (Credibility) und Rentabilität (Profitability) sowie nach Empfehlungs-, Support-, Informationsnetzwerk und den vier Verhaltensmustern geordnet werden. Meine Top-Beziehungen haben außerdem ein vollständig ausgefülltes GAINS-Profil.	5
Meine Datenbank enthält die Kontaktdaten, Firmennamen und den Berufsstand aller meiner derzeitigen Geschäftsbeziehungen. Ich mache Notizen unter meine Hauptempfehlungsquellen, jedoch kann ich diese Kontakte nur nach Name oder Firma sortieren.	4
Meine Datenbank enthält die Kontaktdaten, Firmennamen und den Berufsstand aller meiner derzeitigen Geschäftsbeziehungen.	3
Meine Datenbank ist in alphabetischer Reihenfolge in Outlook oder ähnlichen Systemen gespeichert.	2
Ich bewahre meine Kontakte in einem Rolodex oder einem Adressbuch auf.	1
Ich habe eine ganze Schublade voll mit Visitenkarten von Leuten, die ich kenne.	0
Ich habe eine systematische Vorgehensweise, um meine Empfehlungsquellen zu motivieren und zu inspirieren.	Punkte
Ich habe 18 Taktiken um meine Empfehlungsquellen zu motivieren. In meinem Verfahren gibt es festgelegte Taktiken, die ich mit meinen Top-Empfehlungsgebern umsetze. Die Taktiken habe ich in Abhängigkeit zum Verhaltensmuster meiner Empfehlungsquelle gewählt. Diese Motivationstaktiken sind mit anderen "Geberaktivitäten" auf meiner Punktekarte festgehalten. Mit meinem System kann ich den Erfolg meiner Aktivitäten mit den richtigen Menschen auswerten.	5

Ich habe einen Plan für (Strategische) Mundpropaganda™ und arbeite danach.	Punkte
Ich habe 18 Taktiken, um meine Empfehlungsquellen zu motivieren. Ich setze diese Taktiken bei meinen Empfehlungsquellen konsequent ein.	4
Drei oder vier Taktiken wende ich regelmäßig an.	3
Empfehlungen zu geben ist ein Weg, um andere dazu zu bringen, mich zu empfehlen.	2
Ich versuche meinen Kunden den bestmöglichen Service zu bieten, um sie davon zu überzeugen, mir Empfehlungen zu geben.	1
Ich sende Dankeskarten an meine Empfehlungsquellen. (Ich verwende Finderlöhne).	0
Ich habe ein System, um mit meinen Empfehlungsquellen in Kontakt zu bleiben.	Punkte
Ich stehe in ständigem Face-to-Face-Kontakt mit meinen Empfehlungsquellen. Dies erreiche ich durch regelmäßige Teilnahme an einer "Engen Kontakt"-Netzwerkgruppe und zwei weiteren Business-Netzwerkgruppen. Dazu lege ich wöchentlich mindestens zwei individuelle Meetings mit meinen Empfehlungsquellen fest. Dies wird vervollständigt durch einen monatlichen Newsletter und festgelegte Telefontermine.	5
Ich besuche wöchentlich eine professionelle Empfehlungsgruppe. Ich treffe mich ferner wöchentlich mit mindestens zwei Empfehlungsquellen und besuche eine Netzwerkveranstaltung pro Monat. Alle meine Empfehlungsquellen können wählen, wie oft Sie mit mir in Kontakt treten möchten: täglich, wöchentlich oder monatlich.	4
Ich treffe mich wöchentlich mit meinen Empfehlungsquellen.	3
Meine primären Wege zur Kontaktaufnahme sind Email und Online-Netzwerke.	2
Ich sehe meine Empfehlungsquellen für gewöhnlich ein- bis zweimal im Monat.	1
Ich habe derzeit keine Empfehlungsquellen.	0
Ich erhalte fortwährend hochwertige Empfehlungen von meinen Empfehlungsquellen.	Punkte
Ich weiß genau, wie viele Empfehlungen ich in meiner Pipeline brauche und diese Zahl wird von meinen Top-Empfehlungs-Beziehungen dauerhaft gehalten. Alle meine Empfehlungen sind von meinen Empfehlungsquellen 1-10 eingestuft und sie kennen den minimalen Grad für eine qualifizierte Empfehlung.	5
Meine sämtlichen Empfehlungsquellen wurden gut trainiert, mir zu Geschäft zu verhelfen. Sie verstehen, an wen sie mich empfehlen müssen und sind kompetent, eine Vorstellung meiner Produkte und Leistungen durchzuführen. Viele meiner Empfehlungen kommen als bereits getätigte Abschlüsse zu mir, bevor sie mich überhaupt kennengelernt haben.	4

Ich habe einen Plan für (Strategische) Mundpropaganda™ und arbeite danach.	Punkte
Meine Empfehlungen sind beständig, jedoch sind sie nicht immer in meinem Zielmarkt oder auf dem Level, den ich suche.	3
Meine Empfehlungen kommen unbeständig und sind nicht immer das, was ich benötige. Ich kann mich nicht auf das Empfehlungsgeschäft verlassen.	2
Ich habe bisher nur wenige Empfehlungen erhalten. Ich hoffe da auf meine aktuellen Empfehlungsgeber, dass sie mir ein Geschäft vermitteln.	1
Ich habe bisher kein Geschäft über Empfehlungen gemacht.	0

Ihre Gesamtpunktezahl beträgt: _____

Die Auswertung finden Sie auf der nächsten Seite.

Gesamt- punkteanzahl	AUSWERTUNG
30-25	Hervorragend. Ihr Geschäft ist wahrscheinlich schon heute von hochwertigen Geschäftsempfehlungen dominiert.
24-19	Sehr gut. Sie haben die meisten Kernkomponenten Strategischer Mundpropaganda™ verfügbar und im Einsatz.
18-14	Ihr Konzept für Strategische Mundpropaganda™ ist nicht verlässlich genug, es Bedarf einiger Überarbeitung.
13-8	Sie möchten gerne mehr Geschäftsempfehlungen erhalten, aber es fehlt am genau definierten Plan und den erforderlichen Aktionen.
7-0	Es besteht nur eine kleine Chance darauf, dass Sie in nächster Zeit den überwiegenden Teil Ihres Geschäfts über Empfehlungen generieren werden.