

Finanzdienstleister, 22.09.2010

Empfehlungskatalog als Marketing-Tool



Die Agentur 4.0 media, die sich auf Finanzdienstleister-Betreuung spezialisiert hat, hat einen Empfehlungskatalog entworfen, mit welchem bestehenden Kunden Weiterempfehlungen schmackhaft gemacht werden sollen. Dieses Tool für Marketing-Optimierung soll auf einfache Weise die Weiterempfehlungsquote steigern helfen.

Mundpropaganda, diese Methode der Vorstellung oder Beschreibung eines Produktes oder einer Firma, als kostenarme Möglichkeit, Ansehen und Auftreten nach außen hin zu präsentieren, ist eines der wichtigsten Marketing-Werkzeuge eines jeden Unternehmens. Je leichter die Worte, desto schwieriger die Ausführung", meint dazu Dejan Novakovic, Chef der 4.0 media-Agentur. Es müsse eine Menge Arbeit in diese Marketingoption gesteckt werden, denn nur wenn die Dienstleistungen qualitativ hochwertig sei, komme es zu einer Weiterempfehlung.

Um Betriebe bei der Ausführung zu unterstützen bietet 4.0 media die Innovation des "[Empfehlungskataloges](#)" an. Der Katalog soll bestehende Kunden animieren, das nötige positive Feedback an Dritte weiterzugeben (Bestellung unter: empfehlungskatalog@4.0media). Als Ansporn werden Geschenke angeboten, welche mittels Grundtypen-Modell (Typologie) auf die verschiedenen Persönlichkeitstypen angepasst sind und auch von der Weiterempfehlungsrate abhängen. Nicht jeder Mensch ist in seiner Attitüde dem Nächsten ähnlich oder gleich und genau diese Differenzierung ermittelt das Grundtypen-Modell. Es werden Fähigkeiten und Potenziale der Menschen mit Farben gekennzeichnet und in Kategorien eingeteilt.

Der Wert, den einer einem Buch bemisst, entspricht für jemand anders ein komplett ausgefüllter Lottoschein und für wieder jemand dritten ein Wellness-Wochenende für zwei Personen. Somit gewinnt nicht nur das Unternehmen, sondern auch der Kunde der dieses weiterempfiehlt.