

Ein Lächeln statt großem Etat

Facebook ist ein Zeitfresser, aber manchmal verteilt es auch gute Ideen. Ein Florist hat an Muttertag seine Kunden mit ihren Sträußen fotografiert. Super Bilder, fröhliche Menschen und einfach gute Stimmung (eine Idee von Christiane Risch Kübler; Landgut Lingental). Tja, fast umsonst und besser als die Fernsehspots, zumindest im lokalen Bereich! So transportieren sich Ideen, Emotionen und nebenbei auch die eigene Kreation fast von alleine. Und in den Kommentaren finden dann andere ihre Freunde oder Verwandten wieder, einfach klasse! Und das Budget: 0,00 Euro + Idee + Kamera + freundliche Ansprache und die Zeit dazu!

Ja, ich weiß, die Zeit in der Saison ist ein Haken, aber im August funktioniert es natürlich lange nicht so gut!

Was sind die Grundgedanken von guten Imageaktionen ohne Budget? Es darf im Grunde nicht direkt um Verkauf gehen, höchstens nebensächlich, besser gar nicht. Dann haben die Leute Spaß, machen mit und fühlen sich nicht „gekauft“.

Zweitens ist es, wie immer im Fachgeschäft, sehr wichtig, dass der Kunde persönlich und direkt angesprochen wird mit der Aktion. Also kein anonymes Gewinnspiel mit 1 000 Postkarten, sondern „Live“ im Geschäft mit „Frau Müller... nun lächeln Sie doch mal

mit dem tollen Strauß um die Wette!“ Funktioniert natürlich auch bei Hochzeiten etc. ...

Viele sehen gerne ein gutes Bild von sich, freuen sich, wenn sie ihren Namen lesen. Genau das „schoss“ mir wieder in den Kopf, als ich in einer kleinen Pension mit zehn Zimmern die Namen der Gäste auf der Schiefertafel sah! Klasse, da fühlt man sich willkommen! (Der Datenschutz schlägt jetzt sicher die Hände über dem Kopf zusammen.)

Immer, wenn der Kunde das Gefühl bekommt „Auch andere sympathische Menschen kaufen hier ein oder nutzen den Service und sind zufrieden“, dann ist das fast so gut wie eine direkte Empfehlung von Freunden. Sichtbar durch Bilder und Namen weckt das Vertrauen und Nähe. Warum also nicht nur das eigene Team, sondern auch den Kunden mal in den Vordergrund stellen, da gehört er ja sowieso hin! Oder: Machen Sie Ihre Stammkunden zu Komplizen und geben Sie ihnen einen kleinen Gutschein, nur bei einem Freund/Neukunden einlösbar, mit auf den kleinen Dienstweg.

„Nicht nur das eigene Team, sondern den Kunden in den Vordergrund stellen, da gehört er ja sowieso hin.“

Rupert Fey mit der Unternehmensberatung beyond-flora ist Vermarktungsexperte für den grünen Markt. Schwerpunkte sind Vermarktung, Organisation und Strategieentwicklung. Kunden und Projekte kommen aus Gartenbau, Handel und der Zulieferindustrie.

Kontakt: info@beyond-flora.com, www.beyond-flora.com



Foto: privat