



Hier kann geholfen werden: Tina Arlt und Sabine Hospital

Empfehlungsmarketing eröffnet neue Wege zum Erfolg

Empfehlungen sind Gold wert

Der erste Kontakt wurde beim Stammtisch für Existenzgründer und Jungunternehmer der „Wirtschaftsjunioren Düsseldorf“ geknüpft. Aus dem dort geführten

Austausch zwischen der Hörgeräteakustikmeisterin und Pädagogikerin Sabine Hospital und der Diplom-Kauffrau Ekaterina Arlt entstand eine Geschäftsverbin-

dung, die beide als gewinnbringend betrachten. „Das Konzept bringt Erfolg“, beurteilt Sabine Hospital das unter Arltmarketing vermittelte Empfehlungsmarketing.

Sie hat sich mit „Hörgeräte Hospital“ an der Düsseldorfer Straße 34a in Büberich vor zwei Jahren selbstständig gemacht und pflegt dort mit ihrem Team intensive Kundenbetreuung: „Hausbesuche oder ein Fahrdienst gehören selbstverständlich zum Service.“ Die Zufriedenheit ihrer Kunden zieht eine „Mund-zu-Mund-Propaganda“ nach sich. An diesem Punkt kommt die Philosophie von Ekaterina Arlt zum Tragen: „Zufriedenheit reicht nicht – die Kunden müssen begeistert sein.“ Die 35-Jährige, die unter anderem in einem Meerbuscher Mittelstandsunternehmen als Marketingmanagerin beschäftigt war, hat sich über einen längeren Zeitraum „nebenberuflich“ dem Thema Empfehlungsmarketing genähert. Im April 2009 gründete sie in Düsseldorf ARLTMARKETING, verbreitet ihre vor allem in mittelständischen Unternehmen einsetzbaren Konzepte auch in Seminaren und sagt: „Die Strategie ist konkret und deshalb unmittelbar umsetzbar.“ Und sie betont: „Für Unternehmen lohnt sich der Umzug vom klassischen Marketing zum Empfehlungsmarketing in jedem Fall.“

Inzwischen ist auch Sabine Hospital (35) davon überzeugt, dass man Empfehlungen nicht dem Zufall überlassen darf. „Wir haben einen deutlichen Anstieg der Empfehlungskunden zu verzeichnen“, resümiert die Hörgeräteakustikmeisterin nach der Schulung durch Ekaterina Arlt. Die Geschäftsfrau und ihre

vier Mitarbeiter haben verinnerlicht, dass die Vermittlung von möglichst vielen positiven Erlebnissen der „Königsweg zum Kunden“ ist. Denn mit diesem Baustein des Empfehlungsmarketings werden Begeisterung und damit Empfehlungsbereitschaft geweckt. Zudem wurden dem Team passende Strategien vermittelt und damit auch Aktivitäten inhaltlich und zeitlich aufeinander abgestimmt. Nach einer Analyse des Ist-Zustandes aus Sicht des Empfehlungsmarketings folgt die Definition der Ziele und Zielgruppen. „So können Empfehlungen vom Zufall befreit werden“, weiß Ekaterina Arlt. Sie ergänzt: „Untersuchungen zeigen, dass die Weiterempfehlungsbereitschaft der Käufer mit dem Unternehmenserfolg eng korreliert.“

Deshalb sei Empfehlungsmarketing ein „zeitloses Thema“. Sabine Hospital hat die Vorteile längst erkannt. Ihr ist durchaus bewusst, dass das Produkt Hörgerät viel Sensibilität verlangt und deshalb begeisterte Kunden der Schlüssel zum Erfolg sind. In diesem Zusammenhang weist die Fachfrau, die zu einem frühzeitigen und damit rechtzeitigen Hörtest rät, auf den Ist-Zustand der Produktpalette hin: „Die Geräte haben eine unglaubliche technische Entwicklung durchlaufen.“ Davon haben nicht nur die Qualität, sondern auch die Optik profitiert. Die Geräte sind winzig klein und fast unsichtbar. So können sie unauffällig getragen wen-

den. „Das ist ein sehr wichtiges Kriterium.“ Zudem werden mittels neuer Sprachprozessoren in den Hörsystemen fast ausschließlich die Sprache verstärkt und störende Geräusche unterdrückt. Dank der Umsetzung der Empfehlungen von ARLTMARKETING können jetzt zunehmend Neukunden mit dieser neuen Hörgeräte-Generation bekannt gemacht werden.

Infos:

www.hoergeraetehospital.de

www.arlt-marketing.de

**Seit 30 Jahren
für Sie erfolgreich!**

Dirk **BECKER** 

IMMOBILIEN
Inh. M. Mauss e.K.

40667 Meerbusch · Düsseldorfer Str. 84 · Tel.: 0 21 32/9 33 30
www.d-becker.de