



Bitte  
weilersagen!

Ein effektives Mittel der Neukundengewinnung ist die Weiterempfehlung. Wie man es gezielt nutzt, erklärt  
SUSANNE SCHÖNEFUß.

**G**ute Leistungen sprechen für sich. Und sie sprechen sich herum. Vermögensverwalter setzen bei der Neukundengewinnung vor allem auf persönliche Weiterempfehlungen durch ihre Kunden. In einer Befragung des Instituts für Vermögensverwaltung der Hochschule Aschaffenburg gaben 92,5% der Vermögensverwalter an, auf diesem Wege Kunden gewonnen zu haben.

#### EMPFEHLUNGEN AKTIV AUSLÖSEN

Von sich aus weiterempfehlen werden Kunden ihren Vermögensverwalter allerdings nur dann, wenn sie von seiner Leistung geradezu begeistert sind. Dann werden sie Freunden und Bekannten gerne davon erzählen. Untersuchungen haben ergeben, dass nur 10% bis 15% der Kunden von sich aus als Multiplikator aktiv sind. Deshalb empfiehlt es sich, nachzuhelfen und Kunden gezielt um Weiterempfehlungen zu bitten.

Der Niederlassungsleiter einer Privatbank hat davon profitiert, seine Kunden zum Abschluss der regelmäßig stattfindenden Reporting-Gespräche aktiv nach Empfehlungen zu fragen. Er hat die Erfahrung gemacht, dass Kunden, die mit der Leistung der Vermögensverwaltung zufrieden waren, ihre positiven Erfahrungen im Freundes- und Bekanntenkreis teilen. Menschen geben gern gute Ratschläge und stellen sich dadurch als Kenner dar. Es gibt ihnen das gute Gefühl, gebraucht zu werden und helfen zu können. Wer etwas feinsinniger vorgehen möchte, gibt zufriedenen Kunden eine zweite Visitenkarte mit und regt im Gespräch an, diese an interessierte Kontakte weiterzugeben.

Für jede Empfehlung sollte man sich anschließend persönlich bedanken. Über die Wertschätzung, die man beispielsweise mit einem handgeschriebenen Dankesbrief und einem kleinen Präsent zeigt, freut sich jeder.

Doch es zählt nicht nur die persönliche Weiterempfehlung. Viele Berater setzen auch auf indirektem Weg auf Empfehlungsmarketing über Bewertungen und Referenzen. Im digitalen Zeitalter hat sich dies auch ins Internet verlagert.

## BEWERTUNGSPORTALE

Online-Bewertungsportale wie beispielsweise WhoFinance ([www.who-finance.de](http://www.who-finance.de)) bieten eine gute Möglichkeit, die eigene Leistung durch Kundenbewertungen positiv herauszustellen. Auf WhoFinance bewerten Kunden ihre Finanzberater über ein Bewertungsformular. Hierzu stufen sie mit wenigen Klicks die Beratungs- und Servicequalität, das Produktangebot, Preise und Konditionen sowie die Kommunikation des Beraters mit Hilfe eines Fünf-Sterne-Systems ein. Zudem können sie angeben, ob sie den Berater anderen Kunden weiterempfehlen würden. WhoFinance prüft die Bewertungen nach einem speziell entwickelten System, um sicherzustellen, dass die Bewertung authentisch ist und von einem echten Kunden stammt. Nur dann wird sie auf dem Portal veröffentlicht.

## AFFILIATE MARKETING

Vermögensverwalter, die online arbeiten, setzen auf das sogenannte Affiliate-Marketing. Mit dieser Form des Marketings arbeitet beispielsweise der Online-Vermögensverwalter Scalable Capital. Affiliate-Marketing ist eine Form des Provisionsvertriebs und basiert auf dem Prinzip der Vermittlungsprovision. Website-Betreiber wie beispielsweise Finanzblogger stellen dem Online-Vermögensverwalter digitale Werbefläche auf ihrer Website zur Verfügung. Für Interessenten, die über diesen Weg auf die Homepage des Vermögensverwalters kommen, sich mit ihrer E-Mail-Adresse registrieren oder sogar Kunden werden, erhalten sie eine Provision.

Empfehlungen müssen nicht nur von Kunden ausgesprochen werden. Auch Menschen, die einen gut kennen und wissen, was man beruflich tut, empfehlen ihre guten Kontakte gerne weiter. Deshalb ist Networking für jeden Unternehmer ein wichtiger Akquise-Baustein.

## NUTZEN SIE NETWORKING. ON- UND OFFLINE

Es lohnt sich, regelmäßig sein Adressbuch durchzugehen und zu sondieren, wer ein wichtiger

Multiplikator für Empfehlungen sein könnte. Ein Honorarberater aus der Bodensee-Region gewinnt Kunden gezielt über den eigenen Steuerberater. Er hat erkannt, dass der Steuerberater vermögende Unternehmer berät, die mit ihrer Bank unzufrieden sind und sich eine unabhängige Beratung wünschen. Andere Vermögensverwalter kooperieren erfolgreich mit Wirtschaftsprüfern oder befreundeten Rechtsanwälten.

Auch das Internet bietet mit Plattformen wie XING, LinkedIn und Facebook gute Möglichkeiten, sich weiterempfehlen zu lassen. Nirgendwo lassen sich auf einfachem Wege so viele Menschen treffen, die einen Bedarf an einer guten Vermögensverwaltung haben. Lohnenswert ist es, sich in Gruppen oder Foren der Zielgruppe anzumelden und interessante Inhalte zu posten, die die eigene Expertise und Philosophie zeigen. Dies können aktuelle Branchenthemen sein, spritzige Kommentare zum aktuellen Marktgeschehen oder gut verständliche Fachartikel. Werden sie von den Usern für teilenswert erachtet oder über den „Gefällt mir“-Button geliked, gibt er den Inhalt an seine Freunde, Kollegen und Bekannten weiter.

Eine gute Empfehlung ist Gold wert. Das weiß jeder, der selbst schon einmal eine bekommen hat. Vermögensverwalter sollten die Kraft der Weiterempfehlung deshalb gezielt nutzen. ●

### SUSANNE SCHÖNEFUß

Susanne Schönefuß berät unabhängige Vermögensverwalter dabei, bekannter zu werden und neue Kunden zu gewinnen. Sie ist Juristin und verfügt über mehr als 16 Jahre Erfahrung im Marketing und Vertrieb von Finanzdienstleistungen und Investmentfonds. Als Beraterin ist sie für das Programm zur „Förderung unternehmerischen Know-hows“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie akkreditiert.

Weitere Informationen unter:

[www.susanne-schoenefuss.de](http://www.susanne-schoenefuss.de)

