

Welche Bedeutung hat der strategische Netzaufbau im Empfehlungsmarketing?

Das ganzheitliche Empfehlungsmarketing basiert auf zwei Säulen - den Kunden und den strategischen Netzwerken. Kunden sollen zu Verbündeten und strategische Netzwerke zu Multiplikatoren werden.

Im Mittelstand und im B2B-Bereich sind Empfehlungsmarketing-Instrumente wie Buzz, Virales oder Guerilla Marketing unüblich, so dass den strategischen Netzwerken hier eine zentrale Bedeutung zukommt.

Während Netzwerke früher als „Vitamin B“ oder „Seilschaften“ abgetan wurden, sichern diese heute das Überleben mittelständischer Unternehmen. Das Thema Networking ist erst seit den 90er Jahren salonfähig geworden und wird wie folgt in der Literatur beschrieben: „Netzwerken ist wie ein Spiel über Bande“ oder „es

ist ein Prozess der Pflege und Aufrechterhaltung von Beziehungen“. Strategisches Netzwerken beinhaltet aber mehr als „Networking“. Es hat zum Ziel, geeignete Multiplikatoren zu finden, die gleichzeitig eine hohe Anzahl positiver Empfehlungen aussprechen. Dabei entstehen qualitative Geschäftskontakte, die im Rahmen des Quality Networking Management aufgebaut und gepflegt werden.

Die erfolgreiche Umsetzung dieses Konzeptes setzt eine vierstufige Vorgehensweise voraus:

1. Analyse des Unternehmensnetzwerks, also des Netzwerks eines jeden Mitarbeiters.
2. Zielsetzung und Profildefinition der gewünschten strategischen Netzwerkpartner.
3. Recherche, Auswahl und Kontaktaufnahme zu möglichen Partnern.

Ekaterina Arlt



Als Marketing Expertin führt Frau Diplom-Kauffrau Ekaterina Arlt seit 2006 ihr eigenes Unternehmen in Düsseldorf: ARLTMARKETING. Grundlage ihrer Beratung sind über 10 Jahre Erfahrung im Bereich Marketing und Vertrieb mittelständischer Unternehmen.

www.arlt-marketing.de

4. Gemeinsame Zielvereinbarung treffen (wenn nicht möglich, ggf. zum Punkt 3 zurückkehren).

5. Ständige Optimierung der Zusammenarbeit nach dem Win-Win-Prinzip.

Der Aufbau eines strategischen Netzwerks erfolgt aktiv, zielgerichtet, stufenweise und ist langfristig orientiert. Die Zusammenarbeit kann online wie auch offline organisiert sein. Ein typisches Beispiel für eine Online-Zusammenarbeit liefert das überschaubare Online-Netzwerk Shapeshifters.net. Unter 1.000 Mitgliedern werden hier Aufträge vergeben. ●●

Anzeige

geschäftstüchtich

Kostenlose Kontoführung

0,00 Euro*

Business Giro

Bis zu

1,5 % p.a.**

Business SparCard

Klasse, wie meine Bank
ihr Geschäft versteht ...
und auch meines!

UNTERM STRICH ZÄHL ICH.

· www.postbank.de/geschaeftskunden
· Postbank Business-Center,
0180 4440400***
· Postbank Finanzcenter,
www.postbank.de/filial-suche

Postbank
GESCHÄFTSKUNDEN

* Ab 10.000 € durchschnittlichem Habensaldo im Monat. ** Ab 50.000 €, Zinssatz variabel.
*** Mo.–Sa. 8–21 Uhr: 20 Cent/Anruf aus dem dt. Festnetz; Mobilfunktarif max. 42 Cent/Minute.