



Einfach mal Danke sagen

Text Anne M. Schüller

Marketing muss nicht immer groß und sichtbar sein, um eine tolle Wirkung zu erzielen. Manchmal reicht schon eine kleine Idee, um groß angelegte Kampagnen in ihren Auswirkungen zu steigern. So wie diese 10 tollen Tipps von Bestseller-Autorin Anne M. Schüller.

Es muss ja nicht immer eine groß angelegte Mitgliederbindungskampagne sein. Manchmal reichen schon Kleinigkeiten wie eine Geste oder ein kurzes Wort, um viel zu bewirken. Zum Beispiel mit dem Wort „Danke“. Man kann gar nicht oft genug Danke sagen. Für ein Danke braucht es keine große Marketingabteilung oder ein Budget. Jeder ehrliche Dank bringt zum Ausdruck, dass man das, was ein anderer tut, wirklich schätzt. Ja, ihn als Person schätzt. Bringen Sie also das Danken in Ihren Fitness-Club. Und kreieren Sie Danke-Aktionen, wo es nur geht. Hier gibt es gleich ein paar Ideen dazu:

1. Machen Sie einmal pro Woche Ihren persönlichen Dankeschön-Tag. Rufen Sie dazu mindestens fünf Mitglieder, Mitarbeiter

oder Firmenpartner an und sagen Sie einfach mal danke. „Kuschel-Call“ sagt man dazu. Wenn es dabei um Kundenpflege oder Beschwerdemanagement geht: Nicht an ein Callcenter oder die Praktikantin an der Theke wegdelegieren – selber „kuscheln“. Und wichtig dabei: Nichts verkaufen – nur „kuscheln“. Über den Nachsatz „Haben Sie bei der Gelegenheit noch eine Frage an mich?“ ergibt sich womöglich noch was. Ihre Mitglieder freuen sich ganz sicher darüber.

2. „Danke, dass Sie heute bei uns waren“, könnte die Theken-Mitarbeiterin sagen. „Ich freue mich schon auf das nächste Wiedersehen.“ - „Danke, dass Sie am Telefon immer so nett sind. Ich freue mich schon auf das nächste Gespräch“, sagt der

Trainer zu seinem Ansprechpartner für Nahrungsergänzung. „Danke, dass Sie gleich damit zu uns gekommen sind“, heißt es bei einer Reklamation. Und: „Danke, dass Sie das so offen aussprechen“, sagt man selbst bei der dicksten Beschwerde.

3. Unser Gehirn muss trainieren, um zu brillieren. Was nicht regelmäßig genutzt wird, verwildert. Auf ihrem Karriereweg nach oben verlieren leider viele – vor allem männliche – Manager die Gewohnheit, bitte und danke zu sagen, ohne sich dessen bewusst zu sein. Führen Sie dazu ganz gezielt eine Strichliste – und sagen Sie mindestens 50 Mal danke pro Tag. So verankert sich das Danke-Sagen in Ihrem zerebralen Autopiloten, ohne dass man darüber nachdenken muss.





Im Buch „Touchpoints“ zeigt Anne M. Schüller Managementstrategien für unsere heutige Businesswelt auf

4. Lassen Sie alle Ihre Briefe und Mails, wenn passend, mit einem „Danke“ beginnen. Und lassen Sie Ihre Produkte Dankeschön sagen. „Danke“, sagt etwa der Boden eines Eiweißshake-Bechers. „Mit dem Kauf dieses Drinks haben Sie Ihre Muskeln richtig glücklich gemacht.“ Naja, über den Text kann man streiten, aber die Idee als solche ist gut.

5. Danken Sie Ihren Kunden nicht zu deren Geburtstag, sondern zum Geburtstag der Kundenbeziehung. Die A1 Telekom Austria verschickt an ihre Business-Kunden ein Danke-Plakat zum 1. Jahrestag der Zusammenarbeit. Autohändler könnten dem neuen Auto eine Glückwunschkarte schicken – und Fitness-Studios den trainierten Muskeln oder dem gesunden Rücken, beides verbunden mit einem Dank.

6. Führen Sie in Ihrem Fitnessclub einen Danke-Mottotag ein – und überlegen Sie sich gemeinsam ein paar verrückte Sachen dazu. Einer meiner Kunden hat zum Beispiel einen Ideenbaum in den Meetingraum gestellt, an dem entsprechende Vorschläge angebracht und auch gepflückt werden können. So ein Baum würde auch gut ins Bistro oder auf die Trainingsfläche passen.

7. Machen Sie für Ihre Kundenparkplätze ein „Danke, dass Sie uns besucht haben“-Schild, und stellen Sie es an einem Ort auf, den das Mitglied auf jeden Fall sieht, bevor es Sie verlässt. Oft sind es genau solche Kleinigkeiten, die man so nicht erwartet hat, die zur Begeisterung führen. Wir können gar nicht genug Aufmerksamkeit darauf lenken.

8. Das Hotel Schindlerhof bedankt sich für sofort bezahlte Rechnungen – und verschickt einen pffiffigen Text, falls eine Mahnung mal nötig sein sollte. Eine Gemeinde in der Schweiz verschickt ein Dankeschreiben für prompte Steuerzahlungen. Und mit welchem phantasievollen „Danke“ können Sie Ihre Kunden überraschen? Wie wäre es z.B. mit einem netten Brief an Vorauszahler oder langjährige Mitglieder, die ihren Beitrag immer regelmäßig gezahlt haben?

9. Führen Sie am Ende von Trainer-Besprechungen oder Team-Meetings eine kleine Dankeschön-Runde ein. Jeder Teilnehmer, der möchte, dankt dabei einem Kollegen für etwas, das ihm anerkennenswert erscheint. Eine solche Wertschätzungskultur tut allen Beteiligten und damit auch dem Betriebsklima gut. Sie hebt die Stimmung und bringt Lebensqualität an den Arbeitsplatz.

10. Sammeln Sie alle unguuten Redewendungen, die Sie im Laufe einer Woche aufschnappen. Setzen Sie sich dann Freitagmittag zusammen und überlegen Sie gemeinsam, wie Sie das Gefundene positiver formulieren können. So las ich bei einem Event: „Vergessen Sie nicht, Ihre Handys während der Veranstaltung auszuschalten.“ So klingt es besser: „Bitte schalten Sie Ihre Handys erst nach der Veranstaltung wieder ein. Dankeschön.“ Aus einem „Blumenbeete betreten verboten“ kann dann ein „Bitte nicht auf uns treten“ werden. Und ist ein Laufband mal defekt, schreiben Sie statt: „Außer Betrieb“ einfach: „Ich mache gerade ein Pause, ab

morgen können wir wieder gemeinsam Gas geben.“

Diese Liste ist bei weitem nicht vollständig. Sie gibt nur einige Anregungen. Wer das Danke sagen in seinen Alltag integriert, findet bestimmt noch viele andere Möglichkeiten, um Mitgliedern, Mitarbeitern, Kollegen oder Firmenpartnern ein ehrliches Danke zu sagen. Sie werden sich freuen.



Zum Autor:

Anne M. Schüller ist Managementdenker, Keynote-Speaker, mehrfache Bestsellerautorin und Businesscoach. Die Diplom-Betriebswirtin gilt als Europas führende Expertin für das Touchpoint Management und eine kundenfokussierte Unternehmensführung. Sie zählt zu den gefragtesten Referenten im deutschsprachigen Raum und hält Vorträge und Workshops zum Thema. Sie ist Gastdozentin an mehreren Hochschulen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft. In ihrem Buch „Touchpoints“ gibt sie viele weitere Ideen zum Thema Danke-Aktionen.

Kontakt: www.touchpoint-management.de und www.anneschueler.de