

Das Kunden Follow-Up

Das Kunden Follow-Up – eine Betreuung der Kunden - ist sehr wichtig, denn es ist erfahrungsgemäß einfacher einen existierenden Kunden zufriedenzustellen, als einen neuen Kunden zu gewinnen. Kunden, die regelmäßig bestellen, bedeuten für Dich ein regelmäßiges Einkommen!

Tag 1 (Der erste Tag nachdem der Kunde seine Ware erhalten hat)

TAG 1

Rufe den Kunden an und frage nach, wie das Produkt geschmeckt hat. Frage ihn aber auf gar keinen Fall, ob er das Produkt bereits genommen hat, denn auf diese Frage kann er nur mit „ja“ oder „nein“ antworten.

In dem Fall, dass er es noch nicht probiert hat ist es wichtig, dass der Kunde das Produkt sofort probiert, und genau das solltest Du jetzt sicherstellen. Fordere ihn daher auf, gleich hier und jetzt seinen ersten Drink zuzubereiten:

„Okay, dann machen wir es doch gemeinsam. Mache den ersten Beutel FitLine PowerCocktail auf, nimm ein großes Glas Wasser und gib das Pulver in das Glas. Jetzt einfach umrühren und trinken. Na wie hat es Dir geschmeckt? Super, oder?“

Es ist ganz wichtig, dass Du die Produkte jeden Tag regelmäßig nimmst. Nur dann kannst Du wirklich die Wirkung spüren.“

Frage danach den Kunden gezielt, ob er noch weitere Fragen hat. Beende dann das Gespräch mit dem Hinweis, dass Du in zwei Tagen wieder anrufst, um nachzufragen, ob noch weitere Fragen bestehen.

Tag 3

TAG 3

Melde Dich erneut beim Kunden:

„Hallo, wie geht es Dir? Haben sich irgendwelche Fragen ergeben? (gegebenenfalls die Fragen beantworten)“

Und wann hast Du den PowerCocktail und das Restorate immer genommen?

Super, ich werde mich dann wieder bei Dir melden. Ich bin gespannt darauf, wann auch Du die ersten spürbaren Erfolge hast.“

TAG 7

Tag 7

Melde Dich erneut beim Kunden:

„Hallo, wie geht es Dir mit den FitLine-Produkten? Du fühlst Dich super, oder? Na, welche Ergebnisse kannst Du schon bei Dir spüren? Hast Du schon Veränderungen beobachtet?“

Falls der Kunde bereits Produktresultate feststellt, bekräftige diese Resultate nochmals und führe sie eindeutig auf FitLine zurück. Ermutige ihn, die Produkte weiterhin regelmäßig einzunehmen.

Falls der Kunde noch keine Produktresultate festgestellt hat, ist das nicht tragisch. Manchmal dauert es einfach etwas länger bis spürbare Ergebnisse wahrgenommen werden. Deshalb sind die Produkte ja auch Monatsrationen, denn am Ende eines Monats haben so ziemlich alle Kunden ein Produktresultat. Nochmals auf die Trinkmenge hinweisen.

„Hast Du noch irgendwelche Fragen? Prima, dann melde ich mich in einer Woche wieder bei Dir.“

TAG 14

Tag 14

Rufe den Kunden erneut an. Gehe dabei wie am Tag 7 vor. Wenn der Kunde bereits Produktresultate hat, ist nun die Gelegenheit nach Empfehlungen zu fragen:

„Es freut mich, dass die Produkte Dir so gut gefallen. Meinst Du es gibt in deinem Bekanntenkreis oder unter Deinen Freunden auch noch weitere Personen für die die Produkte und vor allem die Resultate damit interessant sein könnten?“

Prima, wenn Du mir fünf Kunden weiterempfehlst, dann schenke ich Dir Dein nächstes FitLine Set als Dankeschön.“

„Prima, ich melde mich dann in ca. einer Woche wieder bei Dir.“

Wenn Du ein kostenloses Set für fünf Weiterempfehlungen verschenkst, macht für Dich der Kauf des Business-Akademie-Spezial-Sets oder des Schnellstarter-Sets Sinn, denn es enthält sechs Sets mit einem sehr attraktiven Rabatt.

Tag 21**TAG 21**

Vorgehensweise wie Tag 7 mit folgender Ergänzung:

„Gut, nun ist es wichtig, dass Dir die Produkte nicht ausgehen. Wir sollten für Dich Dein neues Produkt Set gleich bestellen, damit Du es nächste Woche hast, wenn Deine Produkte zur Neige gehen.“

Wenn der Kunde nun betont, dass er noch sehr viel von den Produkten übrig hat, kann er die Produkte nicht richtig genommen haben, da eine Monatspackung zu diesem Zeitpunkt zu drei Viertel leer sein müsste. In diesem Fall ist es wichtig noch einmal genau nachzufragen, wie und wann der Kunde die Produkte nimmt und ihn auf die richtige Anwendungsweise hinzuweisen.

„Prima, es gibt eine Möglichkeit, wie Du die Produkte mit zehn Prozent Rabatt erhalten kannst, indem Du sie einfach ohne Risiko abonnierst. Auf diese Weise bist Du nicht nur sicher, dass Du regelmäßig die Produkte für Dich erhältst, sondern Du sparst auch noch bares Geld, nämlich extra zehn Prozent im Abo. Soll ich die Produkte nur für Dich im Abo bestellen oder möchtest Du auch noch für Deine Familie mit bestellen?“

Gegebenenfalls ist auch jetzt der richtige Zeitpunkt, um den Kunden auf eine Teampartnerschaft anzusprechen:

„Es gibt noch eine weitere Möglichkeit, wie Du nicht nur Geld sparen, sondern mit diesen Produkten sogar Geld verdienen kannst. Bei den super Resultaten, die Du selbst erlebt hast, wäre das doch bestimmt interessant, oder? Prima, dann sollten wir einen Termin machen und uns mal zusammensetzen, dann erkläre ich Dir das.“

Vereinbare gleich einen konkreten Termin für eine Geschäftspräsentation. Zoom oder live, oder im DSC in Deiner Nähe

TAG 28 Tag 28

Vorgehensweise wie Tag 7 mit folgender Ergänzung:

„Mittlerweile hast Du sicher Deine Produkte für den neuen Monat bekommen, oder?“

Falls der Kunde noch kein Set für die Familie bestellt hat, kannst Du jetzt gleich nachhaken:

„Möchtest Du nicht auch Produkte für Deine Familie mitbestellen? Wenn Du das Optimal-Set für Deine Frau / Deinen Mann und Dich bestellst, könnt ihr beide von den Resultaten profitieren!“

Gegebenenfalls kannst Du noch einmal wegen einer Teampartnerschaft nachhaken.



Tipp: Lege Dir ein Karteikartensystem an. Lege für jeden Kunden eine separate Karteikarte mit sämtlichen Daten an. Notiere dabei so viele Information wie möglich (z.B. Geburtstag, Hobbys, Namen und Geburtstage des Ehepartners und Kinder). Halte auch besondere Resultate oder Aussagen fest. Du kannst dann beim nächsten Gespräch darauf eingehen und hast sofort einen guten Anknüpfungspunkt.

Außerdem bekommt dadurch der Kunde das Gefühl, dass er wirklich ernst genommen wird.

Sortiere nach dem Telefonat Dein Karteikartensystem nicht von A-Z, sondern nach den Tagen des Monats von 1-31. Lege unter dem ersten Tag die Karteikarten eines neuen Kunden, nach dem ersten Follow-Up Telefonat zwei Tage weiter, am dritten Tag dann vier Tage weiter, am 7. Tag dann sieben Tage, und so weiter. Dadurch kannst Du es nie versäumen, einen Deiner Kunden anzurufen.