



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Die XING Kundenansprache

XING ist ein webbasiertes soziales Netzwerk. Eine der grundlegenden Kernfunktionen ist das Sichtbarmachen des Kontaktnetzes. Ein Benutzer kann sehen über wie viele Ecken er jemanden kennt – das sogenannte ‚Kleine-Welt-Phänomen‘ - Daneben bietet die Plattform zahlreiche Community-Funktionen wie die Möglichkeit Ihre Neuigkeiten mit Kontakten zu teilen und Kunden oder Links zu empfehlen, Suche nach Personen, Interessengebieten und Themen, eigene Trainer-Unternehmensseiten, die in den bezahlten Versionen interaktive Funktionen enthalten sowie rund 55.000 Gruppen zu unterschiedlichen Interessengebieten. Einige dieser Punkte haben wir bereits in den letzten Wochen hier ausführlich behandelt.

Xing bietet vor allem eine Plattform für Geschäftsnetzwerke im deutschsprachigen Raum, im Gegensatz zu global ausgerichteten Netzwerken wie z.B. LinkedIn. Wenn Sie hauptsächlich in Deutsch trainieren, dann ist XING für sie die ideale Businessplattform.

Ich zeige Ihnen heute einige Ideen, wie Sie eine direkte Kundenansprache auf XING aussehen kann.

Idee 1: Berühren Sie Ihre Kunden. Was im Kundenkontakt wirklich zählt, ist ein echtes Miteinander. Im virtuellen Bereich, so wie in XING fehlen Ihnen die gute Stimmung, der intensive Blickkontakt und Ihr einfühlsames und interessiertes Verhalten. Das Gehirn des Kunden schaltet dann instinktiv auf den Modus Freund oder sogar Vertrauen. Wie bekommen Sie dies virtuell gemeistert? Erzählen Sie Geschichten die Sie erlebt haben. Geschichten berühren immer, auch wenn diese ‚nur‘ gelesen werden. Was ist Ihnen z.B. heute Morgen beim Joggen so alles geschehen?

Idee 2: Werden Sie zu einer Marke. Trainer, Berater und Coaches kämpfen oft damit, dass Sie nicht alleine auf dieser Welt sind. Kunden lieben und vertrauen aber einzigartigen Marken – also Trainern, Dienstleistungen und Produkten mit einem hohen Wiedererkennungswert und einer tiefen emotionalen Botschaft. Deshalb sind die Trainer am erfolgreichsten, die Ecken und Kanten nach außen zeigen und mit Begeisterung und Leidenschaft dies auch leben. Schreiben Sie immer authentisch. Schreiben Sie so, wie Sie sind, und machen Sie sich für Ihre Kunden dadurch nah- und begreifbar auch ohne direkt vor ihm zu stehen.

Idee 3: Richten Sie Ihren Blick auf den Kunden – interessieren Sie sich ‚endlich‘ für ihn. Insbesondere Kunden wollen fortwährend beachtet und geachtet werden. Sie spüren es intuitiv, wenn es einem Trainer nur um den Abschluss des nächsten Trainings geht. Auch im geschriebenen Wort kommt dies rüber! Interessieren Sie sich daher aufrichtig für den Menschen hinter dem Kunden – für seine Sorgen und Wünsche, Ziele und Motive. Und wie erfahren Sie diese? Am einfachsten Sie fragen ihn regelmäßig in einer Mitteilung auf XING.

Idee 4: Sorgen Sie für Gemeinsamkeiten mit Ihren Kunden. Gemeinsamkeiten verbinden! Menschen lachen gemeinsam, stoßen miteinander an. Raucher sind ein gutes Beispiel - Sie zünden sich gern zur selben Zeit eine Zigarette an. Beobachten Sie aus diesem Grund Ihre Kunden. Passen Sie sich ein wenig ihrer Schrift-Sprache an. Lesen Sie deshalb immer wieder in den Kunden Gruppen auf XING, wie diese



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Schreiben. Verwenden Sie deren Lieblingsbegriffe. Und besonders wichtig: Achten Sie auf den „Tonfall“ Ihrer Schrift. Diese muss Ihren Kunden angepasst sein.

Idee 5: Konzentrieren Sie sich auf das Jetzt und Hier. Wir leben im Zeitalter der multiplen und dadurch geteilten Aufmerksamkeit. Ein bisschen telefonieren, gleichzeitig Emails checken und dabei schon an die nächste Aufgabe denken. Doch Multi-Tasking können wir nicht und führt immer zu Minderleistungen. Konzentrieren Sie sich deshalb auf Ihren Kunden und den Moment, wo Sie an ihm schreiben. Der Kunde spürt das auch bei Ihren geschriebenen Wort.

Tipp 6: Die Wünsche der Kunden bezüglich der Beratung durch Sie sind unterschiedlich. Der eine Kunde liebt das Wichtigste in Kürze, dem anderen reichen Details. Der eine will, dass Sie viel erzählen, der nächste möchte am liebsten etwas sehen, der übernächste will das Produkt anfassen und ausprobieren. Was natürlich virtuell sehr schwierig wird. Fragen Sie Ihren Kunden, was ihm wirklich wichtig ist und wie er beraten werden möchte.

Idee 7: Sie wollen als Trainer, Berater und Coach Ihre Kunden begeistern und überzeugen. Dann fragen Sie sich als Erstes: Was interessiert mich an meinen Kunden? Was begeistert mich selbst an meiner Dienstleistung oder an meinem Produkt? Wie groß ist meine Lust auf den Inhalt des Textes in meiner XING Mitteilung? Die Kundenansprache beginnt im Kopf! So wie Sie denken und fühlen, so verhalten Sie sich. Und Ihre geschriebene Sprache verrät alles über Ihre Stimmung und darüber, was Sie mit dem Leser vorhaben. Kunden lieben optimistische Trainer.

Idee 8: Kunden wollen emotionalisiert werden. Menschen kaufen nicht einfach sachlich Produkte, sondern fast immer ein gutes Gefühl. Dieses Gefühl können Sie in Ihrem Text den Kunden vermitteln, denn Ihre Gefühle übertragen sich in den Text hinein – Sie schreiben anders. Was Sie hierfür brauchen, ist eine positive Einstellung, Lust auf das Gespräch sowie echte Neugier auf den Leser Ihrer Mitteilung. Jede Menge Begeisterung für das, was Sie tun und anbieten. Denn Begeisterung steckt an, und macht Lust darauf, bei Ihnen zu kaufen.

Idee 9: Machen Sie Ihre Kunden auf XING zu Freunden – dies wird dem Wort nach zwar auf Facebook verwendet funktioniert aber auch XING. Die meisten Trainer bleiben in Ihren Kundenbeziehungen leider in Allgemeinverbindlichkeiten und Oberflächlichkeiten hängen. Gehen Sie das positive Risiko ein und werden Sie persönlich und so für die Leser zu einem wahren Freund; einem Freund, dem sie sich anvertrauen, den sie schätzen, in dessen Gegenwart sie sich wohl fühlen und auf den sie so schnell nicht mehr verzichten möchten. Schildern Sie in Ihren Mitteilungen auf XING auch einmal etwas privat.-öffentliches. Der Leser und die Kunden darunter werden es Ihnen danken. Privat.-öffentliches sind alles Handlungen, die Sie tagtäglich unternehmen, die nicht hinter verschlossenen Türen in Ihrem Haus oder Ihrer Wohnung geschehen. Bsp.: Sie kehren die Straße. Dies ist eine private Tätigkeit, da Sie aber von der neugierigen Nachbarin gesehen werden ist dies auch gleichzeitig eine öffentliche Tätigkeit. Ihre Nachbarin erzählt daraufhin allen aus Ihrem Dorf weiter, dass Sie die Straße am Samstag viel zu spät gekehrt haben und auch noch während der Mittagsruhe...Wer von Ihren virtuellen Kontakten weiß, dass Sie die Straße gekehrt haben? Ihre Nachbarn wissen es alle und amüsieren sich über die vorlaute Nachbarin. Welche Geschichten geschehen während Sie die Straße kehren?



Der Berufsverband
für Trainer, Berater
und Coaches

News & Facts

Idee 10: Holen Sie sich Feedback. Was Sie sagen, ist gut und schön. Für die Stimmung und den Erfolg entscheidend ist aber, was beim Kunden ankommt. Fragen Sie ihn, fragen Sie Ihre Leser. Das bringt sofort Ergebnisse und gibt dem Leser und Kunden das gute Gefühl, beachtet zu werden.

Idee 11: Führen Sie ein virtuelles Gespräch. Es gibt unzählige Gruppen in XING. Werden Sie Mitglied von den für Sie relevanten Gruppen und bringen Sie sich aktiv in diese ein. Beantworten Sie uneigennützig Fragen und stellen Sie auch selbst Fragen. Kommen Sie in den Gruppen mit anderen ins Gespräch, bieten Sie etwas von sich aus an. Teilen sie wertvolle Informationen völlig frei von Hintergedanken.

Idee 12: Entwickeln Sie eine Kundenbeziehung. Wie reden Sie mit Ihren Freunden? Heute sicher viel persönlicher als zum Zeitpunkt ihres Kennenlernens, oder? Sorgen Sie auch in Ihrer Kundenansprache für eine Entwicklung. Wagen Sie den ersten Schritt. Sprechen Sie Kunden über Ihre Mitteilungen zunehmend persönlicher an. Und vertiefen Sie gezielt persönliche Themen, über die Ihre Kunden sprechen und die ihm wichtig sind. Auch wenn neue Kunden dazu kommen, werden diese sehr schnell merken, bei diesem Trainer will ich auch sein. Er ist offen und ohne scheu und pflegt die direkte Ansprache.

Meine persönliche Empfehlung:

Die Leser und Kunden auf XING wollen keine Verkaufsplatituden, die Sie schon unzählige Male an einem anderen Platz gelesen haben. Auch wenn XING businesslike daherkommt, wollen die Leser dort persönliches von Ihnen erfahren. Ihnen ist Facebook oft schon zu familiär, XING sollte vom Trainer, Berater und Coaches gesehen Ihnen eine gesunde Mischung bieten. Ihre Kundenansprache gelingt nur dann, wenn Sie den sich den Leser hinter Ihren Zeilen vorstellen können und positiv und mit einer Spur Begeisterung an jeden Text herangehen.

Bernd Braun
bernd@braun.training