

7 Todsünden im Internet...

**... wie Sie diese sofort vermeiden können
... und durch zufriedene Kunden
... über 42% mehr verdienen**

Dieser Ratgeber erscheint

bereits in der 4. Auflage mit Update vom Januar 2012

7 Todsünden im Internet...

Lieber Leser, bitte beachten Sie in Ihrem Interesse:

Gerne dürfen Sie dieses E-Book zum privaten Gebrauch auf der Festplatte Ihres Computers speichern und natürlich für sich privat auch ausdrucken:

Ausgedruckt arbeitet es sich mit diesen eBook bei weitem besser, denn so können Sie leicht schriftlich Kommentare einfügen...

Dieses eBook dürfen Sie aber nicht - auch nicht in abgeänderter oder überarbeiteter Form - auf Ihrer Homepage einstellen und/oder gewerblich vermarkten oder kostenfrei oder gar kostenpflichtig weitergeben.

Und noch ein Gedanke: Der Inhalt dieser Seiten ist unser geistiges Eigentum: Nach dem Urheberrechtsgesetz geschützt sind Webseiten, Homepages sowie E-Books mit Textbeiträgen, Vorlagen, Fotos, Grafiken, Skripten, Animationen, Informationsunterlagen und Beiträge aller Art.

Sollten Sie in diesem Skript wider Erwarten Ähnlichkeiten zu anderen Veröffentlichungen zu erkennen glauben, so kann dies einerseits auf die eingeschränkte und stringente Betrachtungsweise eines Sachverhalts, andererseits auch auf einer naturgemäß in sich beschränkter Grammatik und Logik einer Satzbauweise in der deutschen Sprache zurückzuführen sein oder auch ganz einfach darin gesehen werden, dass von uns mal wieder unerlaubt abgekupfert wurde:

Sollten Sie eine widerrechtliche Wiedergabe und/oder Bereitstellung als Download entdecken, bitten wir um Ihren fundierten Hinweis...

Dieses E-Book erscheint nunmehr bereits in

4. Auflage, Stand Januar 2012

und basiert auf den Erfahrungen und Anregungen vieler.

Der Inhalt dieses eBooks und die darin angegebenen Empfehlungen, Vorschläge oder Hinweise wurden mit größter Sorgfalt und Umsicht zusammengetragen und erstellt. Trotzdem können weder der Autor noch an diesem Projekt Beteiligte, noch der Verlag für eventuelle Verluste oder Nachteile, die durch die Anwendung oder auch Unterlassung dieser Informationen entstehen, haftbar gemacht werden.

Jeder Mensch entwickelt unterschiedliche Ziele und hat individuelle Voraussetzungen und Erwartungen: Dadurch und aufgrund seiner Persönlichkeit, Disziplin und andere Merkmale bedeutet dies aber auch, dass jede Person ein anderes wirtschaftliches Ergebnis erreichen wird. Garantien für Ihren Erfolg können wir also nicht übernehmen: Daher empfehlen wir Ihnen, sich bei allen wirtschaftlich und rechtlich relevanten Angelegenheiten einer rechts- und fachkundigen Beratung zu unterziehen.

Informationsmedien unterliegen in dieser schnelllebigen Zeit einem ständigen Wandel und müssen so weiterhin ergänzt und erweitert werden.

©2008-2012 Dr. Hans-Juergen Karg & STEICONS GmbH - München

Inhaltsverzeichnis

KLEINE VORBEMERKUNG	3
KURZER ÜBERBLICK	4
Todsünde Nr. 1: Wieso auch noch Service.....	11
Todsünde Nr. 2: Zu lange Reaktionszeiten	13
Todsünde Nr. 3: Unfreundlichkeit.....	15
Todsünde Nr. 4: Wir sagen zu jedem „du“	16
Todsünde Nr. 5: Nur wir wissen, wie es geht!	18
Todsünde Nr. 6: Wir haben immer „Recht“!	19
Todsünde Nr. 7: Sie erwarten Dank? warum denn?	21
MEIN KLEINES RESÜMEE:	24

7 Todsünden im Internet...

KLEINE VORBEMERKUNG

Strasbourg / München, im Januar 2012

Liebe Leserin, lieber Leser,

Sie betreiben bereits ein Online-Geschäft oder tragen sich mit dem Gedanken, im Internet Geld, ja wirklich gutes Geld zu verdienen?

... dann wissen Sie ja, die goldenen Anfangszeiten im online-Verkauf sind längst vorbei, es wird von Woche zu Woche immer schwieriger im Internet Geld, gutes Geld zu erwirtschaften.

Da sind auf der einen Seite die Wenigen, die professionell mit viel Geld Ihre Internetauftritte gestalten und somit absahnen können und auf der anderen Seite die ganz große Masse der Anbieter wie vielleicht Sie, die sich abrackern und auch versuchen, etwas von dem großen Kuchen mit abzubekommen, aber - wenn Sie ehrlich sind - über ein gewisses Unter- oder vielleicht auch Mittelmaß nicht herauskommen.

Und das ist vielleicht Ihr Problem:

Sie haben eine Internet-Seite und ein Angebot, dieses wird hin und wieder auch gefunden, aber richtig Geld machen Sie entgegen all Ihren Erwartungen und Ihrer ursprünglichen Euphorie nicht und Sie fragen sich warum...

... eine schlüssige Antwort haben Sie noch nicht – sonst hätten Sie diese längst umgesetzt und sich auch nicht diesen Ratgeber besorgt...

7 Todsünden im Internet...

KURZER ÜBERBLICK

Es hat sich in den letzten Monaten und Jahren viel im Internetverkauf geändert, aber dennoch ist die (zumindest unterschwellig zu spürende) Haltung bei den meisten Internetanbietern immer noch:

"Dich Kunde kenne ich nicht, schön dass Du auf meine Seite gekommen bist, eigentlich darfst Du froh sein, dass ich mir die Mühe und Arbeit mache, Dir meine Waren anzubieten... also kauf und sei still..."

Mittlerweile gibt es Millionen kleiner und großer Internet-Geschäfte und jeden Tag kommen weitere tausende hinzu.

Doch der Haken bei den meisten ist: Die meisten dieser Auftritte sind schlecht geplant und noch schlechter umgesetzt, aber Hauptsache, sie sind online und am Markt vorhanden.

Und mit jedem noch so schlecht aufgestellten Online - Geschäft entsteht für den Internetnutzer eine immer bessere Vergleichsmöglichkeit, dadurch wird der Konkurrenz-Druck von Tag zu Tag größer:

Die Kunden werden schlauer, sie kaufen nicht beim erst Besten, sie vergleichen auf unzähligen Portalen, suchen auf Facebook oder sonst wo in seinen Sozialen Netzen nach Bewertungen und Usermeinungen und erwarten - zu Recht - mehr als nur einen Bezahl-Button und eine Email-Adresse als Kontakt-Möglichkeit.

Wer sich mit seinem Internet-Business heute nicht profiliert und seinen interessierten Besuchern und möglichen Kunden nicht mehr bietet, als die breite Masse der Mitbewerber, wird über kurz oder lang sicher wieder vom Markt verschwinden.

7 Todsünden im Internet...

Wenn wir uns Ihre Mitbewerber mal ansehen...

... wie sieht es denn auf den meisten Seiten - und damit anscheinend auch in den Köpfen dieser Seitenbetreiber - aus?

Auf den meisten Seiten sieht man die von vielen Internet-Anbietern verfolgte "Hauptsache billig" – Strategie...

Oder sie sind immer noch in den Bann gezogen von den leeren Versprechungen der selbsternannten Internet-Gurus und glauben immer noch an die hohlen Sprüche:

→ *700 EURO in 7 Tagen „ Ich zeig ´s Dir wie ´s geht: nur € 19,99*

→ *Internetmillionär im ersten Jahr mit unserer Geldmach-Strategie...*

→ *Minimaler Aufwand, nur unsere Muster-Seite ins Internet stellen, und schon verdienst Du Dich dumm und dusselig...*

... und so weiter, die Liste dieser ominösen Pseudo- Millionärs-Strategien ist leider schier endlos... All die „von der Gier nach Geld“ verblendeten Käufer wollen anscheinend immer gleich und sofort das große Geld und träumen bereits von Ihrer Ferien-Villa im Süden, dem Ferrari in der Garage, und was sie alles mit ihrer „einzigartigen“ Idee erreichen wollen:

Es ist leider immer die gleiche Masche, das ewig gleiche Versprechen, worauf zigtausend Käufer reinfallen:

Geld ohne Arbeit!

Sie lassen sich verlocken, und denken, mit dem Kauf eines kleinen eBooks oder dem Einrichten einer vorgefertigten Internetseite kommen sie an das große Geld... Und damit

7 Todsünden im Internet...

vergessen diese Enthusiasten Eines, und zwar *den* Knackpunkt:

Dieses Wunder-eBook haben doch schon Hunderte vor ihnen gekauft, die Geld-im-Schlaf-Verdien-Internet-Seite gibt es also bereits zu Hunderten in der gleichen Aufmachung und dennoch meinen diese Käufer allen Ernstes, sie werden jetzt mit diesem, lediglich einen, minimal kleinen Schritt im Internet

„Geld verdienen“

Sicher, sie beherzigen noch die „unter der Hand“ mitgelieferten „Allerwelts-Ratschläge“ oder spezielle „Geheim-Tipps“ wie:

Ändere deine Keywords, mach nur ein bisschen Werbung, baggere Deine Freunde an – und was kommt dabei raus?

Nichts, aber auch gar nichts wird verdient!

Vielleicht ging es Ihnen genauso? In meinen unzähligen Beratungen der letzten Jahre sehe ich immer wieder:

Die meisten Internet-Dienstleister vergessen den alten, aber auch heute immer noch gültigen Spruch:

VerDIENEN enthält das Wort „DIENEN“

Sorry, aber hier zählt immer noch die lange Erfahrung erfolgreicher Kaufleute: Auch in Zeiten des schnelllebigen Internets, sie müssen sich das Geld verdienen... oder wie alte Lehrherren zu sagen pflegten:

Dienen kommt vor Ver-dienen

Vielleicht schmunzeln Sie darüber, aber spinnen Sie diesen an sich einfachen Gedanken doch einmal ein bisschen weiter, nehmen Sie sich die Zeit nachzudenken:

7 Todsünden im Internet...

Sie haben es also geschafft, der potentielle Kunde ist auf Ihre Seite gelangt, Ihr Preis ist vergleichbar mit dem Ihrer Konkurrenten oder Mitbewerber, nun muss Ihnen doch diese Frage quasi unter den Nägeln brennen:

„Wie kann ich diesen, meinen Interessenten jetzt auch noch zu meinem Kunden machen und dann dazu bringen, gerade bei mir und eben nicht bei einem Mitbewerber zu kaufen?“

Gute Frage sagen Sie: Wie denn, vielleicht durch den Preis? Noch billiger geht nicht, was bleibt mir überhaupt noch übrig?

Und was bleibt Ihnen dann als Alternative noch übrig?

Sie müssen sich durch „irgendetwas“ klar, deutlich und auch erkennbar von den Internet-Verkäufern unterscheiden, die sich nur auf den "Verkauf" (den sie auch zumeist nicht richtig beherrschen) konzentrieren. Sie müssen sich erfolgreich positionieren und dürfen nicht schon halt machen bei dem Satz:

„Das Geld steckt im Kunden“

Das wissen auch all Ihre Mitbewerber und das Geld dieses Kunden wollen alle, doch die meisten vergessen zumeist genau das, was eben dieser mögliche Kunde neben dem bei allen Mitbewerbern vorhandenem, vergleichbaren Produkt sucht:

seinen (!) persönlichen Zusatznutzen:

Denn Ihr Interessent stellt sich genau die Frage:

Was bringt mir mehr Vorteile, wenn ich das Produkt bei dem Verkäufer A oder bei diesem Verkäufer B kaufe...

Und dann sind wir schnell bei dem kritischen Punkt: Was sollte nach dem Kauf selbstverständlich sein: **Service!**

7 Todsünden im Internet...

Das große, gute Geld machen also die Anbieter, die die Zeichen der Zeit verstanden haben und den obigen Allerweltssatz nur ein kleines Bisschen ergänzen:

„Das Geld steckt im Kunden-Service“

... und das auch „publik“ machen, denn gerade auf die Bewertungen schauen viele Kunden vor einem möglichen Kauf...

Und dieser Kundenservice ist dann zumeist das einzige und vor allem das ausschlagende Kriterium, wie Sie den potentiellen Kunden zu sich „rüber“ bekommen, dass er auch beim Ihnen kauft, Sie also Geld *ver-dienen* lässt.

Und wie schaut es mit diesem so **notwendigen Kundenservice** auf den allermeisten Webseiten aus?

Richtig, da wird abgeblockt, so gut es nur geht:

Sei es, dass „wir“ uns hinter einer (Pseudo-) Adresse im Ausland verstecken, einer LTD mit Firmensitz in Großbritannien, Zypern oder vielleicht auch auf den Seychellen... Meinen Sie allen Ernstes, das kommt wirklich seriös rüber?

Wonach suchen Sie auf den meisten Verkaufs-Webseiten? Im Impressum, im Kontaktformular? Einen Kunden-Support? Fragen Sie sich dann wie andere mögliche Kunden:

„Wunderbar, jetzt hab ich endlich was ich nach langem Rumsuchen - ich hab`s ja schon fast aufgegeben... - wieso hat der jetzt ausgerechnet eine gebührenpflichtige Service-Nummern für mich als Kunden? Warum soll ich dafür schon zahlen, nur weil der mir im Angebot noch nicht alle Fragen beantwortet hat? Will der mich gleich vergraulen? Schätzt der Verkäufer mich nicht als Kunde? Anscheinend, sonst...“

7 Todsünden im Internet...

Sind Sie als Kunde nicht auch sauer, wenn Ihnen als Kontaktmöglichkeit mit dem Verkäufer eine gebührenpflichtige "0180"- oder "0900"-Service-Telefonnummer angeboten wird?

„Und wir als Kunden denken dann weiter: Nun diese Kontakt-Möglichkeit kostet mich mein Geld, das will ich wirklich nicht ausgeben, also suche ich weiter, vielleicht hat der nächste Verkäufer ja auch ein (besseres) Kontaktformular...“

Aber halt: Hier finden wir noch im Impressum eine dieser kostenlosen Yahoo-, WEB- oder GMX-Email-Adressen als Kontakt-Möglichkeit und schon denken uns: wunderbar, nicht mal eine eigenständige Email-Adresse auf der Webseite...und was haben Sie als möglicher Kunde unwillkürlich im Hinterkopf?

„ das schaut aus wie gewollt und nicht gekonnt“

und Sie beschleicht das unterschwellige Gefühl:

- der hat finanziell nichts im Hintergrund,
- ob das mit dem gut geht,
- vielleicht will der mich doch nur abzocken,

Und wie entscheiden Sie dann?

Wenn Sie ehrlich zu sich selbst sind: Sie, ja auch Sie entscheiden sich wie die allermeisten möglichen Kunden aus Ihrem Bauchgefühl heraus gegen dieses Angebot...

... und suchen sich dann einen Anbieter, bei dem genau das stimmt, was Sie erwarten:

Kunden - Service

und sind damit bei all denen, die diesen Kunden-Service gerade nicht eindeutig bieten, als potentieller Kunde verloren...

7 Todsünden im Internet...

Sicher jetzt kommt Ihr Einwand: Guter Service kostet Geld...

Richtig, aber kein Geld verdienen kostet Sie noch viel mehr, denn Sie haben dann auch wirklich nix...

Denn wenn Sie sich richtig auf Ihr Internetgeschäft vorbereitet haben, wissen Sie:

"Was Du als Kunde erwartest, das müssen Deine Kundenauch von Dir erwarten dürfen!"

Und wenn Sie ehrlich zu sich sind, dann erwarten doch auch Sie ein Mindestmaß an Service...

Einen Kunden-Service kann sich aber nur der Anbieter leisten und damit langfristig überleben, der auch die Kosten und insbesondere die Zeit für diesen –wirklich notwendigen - Kunden-Service in sein Angebot mit einkalkuliert:

Die Kosten für diesen Service sind im Gründungs- und anfänglichem Ausbaustadium Ihres Internetgeschäftes minimal und Sie können diese Kosten vernachlässigen, es ist also nur Ihre Zeit, die Sie investieren müssen, um Geld zu verdienen...

Sie nehmen sich also diese Zeit für den Kunden-Service und was dann?

Setzen Sie jetzt meine 7 Ratschläge um, und bringen Sie so sich und Ihre Seite auf eine neue, erfolgreiche Basis, mit der Sie sich vom Wettbewerb klar und strukturiert unterscheiden:

ohne diese 7 Todsünden im Internetverkauf...

7 Todsünden im Internet...

Todsünde Nr. 1: Wieso auch noch Service...

Was, das gibt's doch nicht? Sagen Sie, schön, wenn wir das nur glauben könnten? Aber es ist halt so... „Nichts verdienen“ geht von selbst...

Und das müssen Sie jetzt tun:

Sehen Sie sich einmal Ihre eigene Seite an, zeigen sie diese Seite einem neutralen Freund, und bitten Sie diesen dann um seine – ungeschönte – Meinung.

Und dann: Fragen Sie sich mal ernsthaft, was bieten Sie denn überhaupt an Service, machen Sie eine Bestandsaufnahme:

Wie sieht Ihr Impressum aus?

Warum haben Sie die Kontakt-Möglichkeiten so kompliziert gestaltet? Wollen Sie nicht, dass Ihr potentieller Kunde mit Ihnen in Kontakt treten kann?

Es ist doch ganz einfach, machen Sie Schritt für Schritt: Nehmen Sie sich eine Seite, von der Sie sich gesagt haben, wow, die ist gut...

Sehen Sie sich die Struktur dieser Seite genauer an, wo steht denn was? Wo finden Sie Antwort auf Ihre Fragen, wo finden Sie Hilfe? Und: wie lange müssen Sie danach suchen?

Sie müssen nicht alles und jedes Detail umsetzen, aber zumindest das Impressum muss sitzen, es muss auf jeder Seite dem Kunden die Möglichkeit gegeben werden, sich irgendwo hinwenden zu können, um Fragen zu stellen und wenn Sie nicht den ganzen Tag telefonisch oder per Mail ansprechbar sind, oder sein können oder auch nur nicht wollen:

7 Todsünden im Internet...

Dann schreiben Sie es dem Kunden klar und deutlich lesbar hin, damit er Bescheid weiß und formulieren Sie es positiv:

Natürlich nicht: *Bürozeiten Mo-Fr nur von 16 Uhr bis 18 Uhr...*

Sondern freundlich, verbindlich, damit der Kunde merkt, Sie wollen auf ihn eingehen:

Ihre Fragen beantworte ich Ihnen gerne telefonisch oder per Mail Mo-Fr von 16 Uhr bis 18 Uhr. Sie erleichtern mir die Beantwortung, wenn Sie dieses Kontaktformular verwenden...

Sie strahlen so bereits unterschwellig Sicherheit und Kompetenz aus: Kunden lieben es, wenn sie das Gefühl bekommen "der/die weiß, wovon er in seinem Geschäft redet - hier bin ich in "guten Händen".

Weisen Sie interessierte Besucher und Kunden auf Ihren aktiv betriebenen und gepflegten Kunden-Service hin: Je klarer und deutlicher Ihre Kunden eine gepflegte "Service-Kultur" erkennen und vor allem auch erleben dürfen, desto leichter wird es Ihnen fallen, sich nicht zu verstecken mit: „was will der denn schon wieder von mir“, sondern immer lockerer mit den unterschiedlichsten Anliegen und Wünschen Ihrer Kunden umzugehen. Vermitteln Sie Ihren Kunden immer das Gefühl, auch dann willkommen zu sein, wenn sie (noch) kein Geld ausgeben und nur „mal eine Frage haben“.

Nicht der Kunde stört und quengelt, nein das ist ein willkommener Kunden-Kontakt, besser geht es doch gar nicht...

Wenn er sich schon von sich aus bei Ihnen meldet, dann sollten Sie ihm dankbar sein und die Ihnen sich daraus bietende Chancen erkennen und auch nutzen...

7 Todsünden im Internet...

Todsünde Nr. 2: Zu lange Reaktionszeiten

Ein Kunde meldet sich bei Ihnen per Mail: Und was kommt von Ihnen meist sofort zurück: erst mal nichts, also keine zügige Rückmeldung. Und was erwartet der Kunde von Ihnen? Doch eigentlich *sofort* die Antwort: „Gerne helfe ich Ihnen!“

Hier geht es sicher nicht um die von den Amerikanern fast todgedroschene „Was kann ich für Sie tun“ – Floskel oder eine von Ihnen als Verkäufer als angemessen festgelegte oder empfundene Frist, sondern nur um die aus Sicht des Kunden erwartete Reaktionszeit:

Überschreiten Ihre Reaktionszeiten an Wochentagen 12 Stunden, an Wochenenden 24 Stunden, so wird kein potentieller Kunde sich damit zufrieden geben, er wird zum Mitbewerber abwandern... und dann war´s das bei Ihnen mit dem Geld ver-„dienen“.

Ist Ihr Online-Shop oder Ihre Webseite online und 24/7 für ein kostenpflichtiges Angebot erreichbar, dann müssen Sie auch einen entsprechenden Kunden-Service sicherstellen, sonst lassen Sie es lieber beim alten und betreiben das Internet als Hobby weiter.

Anders als am Laden können Sie an Ihrer Webseite nicht einfach ein Schild anbringen, auf dem "Bin kurz weg" steht und Ihren Service absperren, im Internet wollen Sie aber zur selben Zeit Ihren Kunden das Geld abknöpfen!

7 Todsünden im Internet...

Und das müssen Sie jetzt tun:

Da haben wir eine kurze und klare Antwort, denn es lässt sich leicht sagen: Sie müssen halt schnell und rechtzeitig auf die Kundenmails antworten...

Und an diesem Punkt kommen dann immer wieder gleichen, von Verkäufern (stimmt denn dieser Ausdruck: „Verkäufer“ überhaupt?) häufig vorgebrachten Antworten: wie "Ich kann ja nicht immer online sein..."

Das ist doch Schönfärberei oder besser gesagt: blanker Unsinn.

Wenn Sie - aus welchen Gründen auch immer - nicht in der Lage sind oder sein wollen, dem Kunden innerhalb einer angemessenen Frist zu antworten, dann verwenden Sie doch zumindest ein automatisiertes Support-System!

Der Kunde sendet Ihnen auf dem Kontaktformular eine Frage oder Beschwerde. Von dem sog. Ticket-Support-System erhält dieser Kunde sofort oder nach einstellbarer (kurzer) Zeit eine Bestätigungsmail: In dieser steht dann, dass sein Anliegen aufgenommen wurde, und er in „absehbarer Zeit“ mit einer Antwort rechnen kann...

Damit weiß der Kunde: Die nehmen mich ernst, das sind keine Anfänger! Da die professionell sind, warte ich gerne noch etwas, denn die kümmern sich ja bereits um mein Anliegen, da bin ich ja in „guten Händen“...

7 Todsünden im Internet...

Todsünde Nr. 3: Unfreundlichkeit

Die häufig anzutreffende Regel:

„so wie der Kunde mich anbafft, knall ich ´s ihm zurück“

gibt es im Verkauf und Kundenservice nicht! Zugegeben finden nicht alle Kunden selbst beim ersten Kontakt den richtigen Ton, geschweige denn bei einer Nachfrage oder Beschwerde, da möchte man doch so mal vermuten, „was würde der den sagen, wenn ich ihn so dumm anreden würde, geschweige denn mailen“, würde der dann nicht „verschnupft“ sein?

Und das müssen Sie jetzt tun:

Der König Kunde wird immer - und zwar immer - freundlich und zuvorkommend behandelt. Ganz gleich, wie Ihre Kunden Ihre Anliegen vortragen, Sie lassen sich durch nichts provozieren:

Denken Sie daran: Als Verkäufer und/oder Service-Ansprechpartner darf ich mich selbst nie im Ton vergreifen! – Auch wenn´s manchmal schwer fällt...

Sicher, ein "freundlicher und zuvorkommender Umgang" ist in den letzten Jahren schon fast zu einer Ausnahmerecheinung geworden, nicht zuletzt spricht man ja von der „Service-Wüste Deutschland“. Aber sollen wir diese negative Entwicklung als unser Vorbild nehmen?

Wäre es nicht erfolgversprechender und für den Kunden positiv überraschender, wenn wir genau das haben, was unsere Kunden im tagtäglichen Umgang vermissen, einen freundlichen und verbindlichen Umgangston?

7 Todsünden im Internet...

Todsünde Nr. 4: Wir sagen zu jedem „du“

Ja, natürlich sage ich zu jedem „du“, denn ich bin im Internet...

... sorry, aber das war einmal, früher, da gab es eine kleine verschworene Familie, die nannte sich Internet, alle waren „User“, jung dynamisch, jeder glaubte, jeden zu kennen und man übersetzte so ganz locker das englisch-amerikanische YOU mit Du, warum auch nicht, die Mitarbeiter eines schwedischen Möbelhauses machen es ja auch so... und das haben wir so bis heute beibehalten: Wir zwingen jedem das „du“ auf!

Und wir machen wirklich keinen Unterschied, ob unser „Gegenüber, den wir nicht sehen“ auch wirklich so jung ist und dies auch so akzeptiert, es ist ja allgemeiner Trend!

Auch wenn Sie es vielleicht nicht wahrhaben wollen, dieser Trend hat sich längst gewandelt...

Fragen Sie sich doch einmal, wer ist denn Ihre Zielgruppe:

Die jungdynamische Generation Y?

„Digital Native“ und „Generation Y“ sind Bezeichnungen für die Generation der nach 1980 geborenen Menschen.

Sie folgten der Generationen X (1965 – 1979) und der Generation „Boomer“ (1946 – 1964).

Denken Sie dabei daran: Diese junge Generation der „Digital Natives“ lernt heute ganz anders...Versuchen Sie sie zu verstehen, aber wagen Sie doch bitte nicht den verzweifelten, hilflosen Spagat, diese „Digital Natives“ mit den gleichen Worten anzusprechen wie die „Generation X“...

7 Todsünden im Internet...

Und wenn Sie dies dennoch versuchen, dann sind Sie in der Falle und Nix, absolut Nix geht mehr... Konzentrieren Sie sich auf Ihre, eigene ganz spezifische, klar definierte Zielgruppe!

Und das müssen Sie jetzt tun:

Überlegen Sie sich doch einmal, wer ist denn dieser Unbekannte, mit dem Sie hier kommunizieren wollen?

Kennen Sie ihn denn? Fragen Sie sich doch einmal:

Ist bei ihm das „du“ wirklich angebracht?

Wissen Sie denn, wie alt Ihr potentieller Kunde ist, welchen beruflichen Hintergrund er hat? Und spätestens bei diesen Überlegungen muss es bei Ihnen „KLICK“ machen, Sie müssen umdenken und realisieren:

Sie kennen sich nicht, und da ist und bleibt das „du“ einfach unangebracht – ob Sie es wahrhaben wollen oder nicht!

Vergessen Sie endlich das allgemeine „du“ sagen und geschweige denn in E-Mails zu schreiben! Fragen Sie sich bitte:

Will ich den Kunden wirklich sofort vergraulen?

Nur weil wir uns nicht gegenüber sitzen und ach so anonym im Internet sind, müssen wir auf Basis-Anstandsregeln verzichten?

Was wäre denn, wenn dieser Kunde Ihnen in Ihrem echten Geschäft gegenüberstehen würde, würden Sie dann auch so ganz kumpelhaft „du“ zu ihm sagen? Auch als Generation Y???

Akzeptieren Sie ganz einfach: Das „du-sagen“ ist auch heute im Internet wie in der realen Welt ein **NO GO** !

7 Todsünden im Internet...

Todsünde Nr. 5: Nur wir wissen, wie es geht!

Natürlich wissen wir genau, wie es geht, nur: warum stellt sich unser Kunde nur so verdammt dusselig an und versteht nur „Bahnhof“?

Also: Wenn wir uns schon herablassen, ihm überhaupt zu antworten, dann soll er auch wissen, wen er vor sich hat, und welche Kompetenz wir – im Gegensatz zu ihm - haben:

Wir erstellen also Antworten, die ihm genau zeigen, wie wenig Ahnung er als Kunde von der Materie hat. Wir freuen uns also, wenn wir unseren Kunden belehren können...

Sind wir also immer die Besserwisser? Sorry, die sind doch...

Und das müssen Sie jetzt tun:

Versuchen Sie sich in die Lage Ihrer Kunden zu setzen, die keine Ahnung von der Materie haben, geschweige denn etwas mit Ihren Fachausdrücken anfangen können:

Geben Sie hilfreiche, ausführliche Service-Antworten...

Viele Ihrer Kunden sind mit den Fingern auf ihrer Tastatur schneller, als sie lesen, geschweige denn denken können. Sicher sind einige auch gar nicht bereit, Anleitungen und Informationen überhaupt zu lesen.

Oder können Ihre Kunden, diese Anleitungen überhaupt verstehen? Lassen Sie die Anleitungen doch mal von einem ebenso „Unkundigen“ überprüfen und überarbeiten sie diese dann: Sprechen Sie die Sprache Ihrer Kunden!

7 Todsünden im Internet...

Todsünde Nr. 6: Wir haben immer „Recht“!

Ja was für eine Frage, sicher haben wir Recht, denn ...

...das mögen wir ja auch „eigentlich“ haben, aber ist das wirklich ein Grund, unseren Kunden zu vergraulen?

... und natürlich zeigen wir das unserem Kunden oder Interessenten auch klar und deutlich!

... denn da könnte ja jeder daherkommen und überhaupt: das haben wir natürlich schon immer – und vor Ihnen hat das noch keiner...

Sie kennen diese Art von Antworten und Rechtfertigungen? Wie oft sind Sie darüber verärgert gewesen?

Stellt sich uns die Frage: Warum machen Sie es dann auch so?

Ach, weil SIE ja Recht haben...

Und das müssen Sie jetzt tun:

Sie denken um, auch wenn es Ihnen schwer fällt: Denken Sie in Zukunft:

Mein Kunde ist König und der König hat immer Recht!

Natürlich haben Sie Recht...

... aber Sie müssen dies Ihrem Gegenüber doch nicht brutal auf die Nase hauen, seien Sie doch etwas verbindlich:

7 Todsünden im Internet...

Nehmen Sie sich einfach etwas zurück, schnaufen Sie kurz durch wenn Sie lospoltern wollen...

Sicher, nicht immer sind die Ansichten der Kunden oder die Gründe für eine Anfrage oder Beschwerde berechtigt, aber der Kunde immer das Recht, auch – in Ihren Augen vermeintlich – dumme Fragen zu stellen und auch das Recht, alles ganz genau wissen zu wollen.

Setzen Sie sich mit den Anliegen Ihrer Kunden ernsthaft und gewissenhaft auseinander, geben Sie Ihnen (zumindest) das Gefühl geben, dass sie Ihnen wichtig sind und Sie sich (gerne!) Zeit für sie nehmen.

Versuchen Sie immer und immer wieder Großzügigkeit und Kulanz zu beweisen:

Warum wollen Sie sich mit Kunden über Nebensächlichkeiten, Kleinigkeiten oder "wer hat Recht" zu streiten?

Beweisen Sie doch echte Größe gegenüber Ihren Kunden: Sie hinterlassen einen positiven, unerwarteten Eindruck, wenn Sie großzügig handeln und mit pragmatischen Lösungen und Vorschlägen Ihren Kunden entgegen kommen!

Und: Sie tun sich selbst damit den größten Gefallen, denn Sie sind nach solch einem schlauchenden Gespräch oder mail-Verkehr nicht völlig gestresst, sie sind gelassen und können sich wieder neuen Aufgaben widmen...

7 Todsünden im Internet...

Todsünde Nr. 7: Sie erwarten Dank? warum denn?

Immer wieder treffen Sie auf Kunden und Internet-User, die es meisterlich beherrschen, so zu schreiben und zu formulieren, dass Ihnen die Spucke weg bleibt.

Nein, das sind nicht etwa hochbegabte Freizeitschriftsteller, sondern eher von der Sorte „Kleiner-Hilfs-Gangster-Rapper“...

Was wird da alles angedroht und getobt, wie schnell wird da beleidigt und unter die „Gürtellinie“ geschlagen, rumgezickt und geschimpft, was die Tastatur nur so hergibt.

Und da erwarten Sie allen Ernstes Dank von Ihren Kunden?

Wirklich?

Und sind dann auch noch frustriert, wenn kein Dank kommt?

Und das müssen Sie jetzt tun:

Haben wir uns nicht gerade erst vor Augen gehalten, dass das Internet recht merkwürdige Verhaltensweisen im Umgang untereinander hervorgerufen und gefördert hat?

Hierzu gehört neben einer zu einem "Telegramm-Stil" bei Emails verkümmelter Kommunikation auch das niveaulose „du-sagen“ wie ein allzu oft ein - manches Mal sicher unüberlegter - rauer, und unangemessen ruppiger Umgangston.

Es ist eigentlich eine ganz simple Methode: Ignorieren!

7 Todsünden im Internet...

Bleiben Sie freundlich und nett und ignorieren Sie das ganze Theater des Anderen.

Antworten Sie ruhig und fachlich, sachlich relevant, aber ohne sich auf den Unsinn oder die Polemik des Anderen einzulassen.

Du dann: Bitten Sie doch höflich, doch einen anderen Ton anzuschlagen und eine andere Wortwahl zu benutzen.

Funktioniert das auch im zweiten Anlauf nicht so, wie Sie es sich vorstellen, dann bitten Sie einfach den Kunden, sich erst dann erneut zu melden, wenn er sich eines Besseren besonnen hat. Und erklären Ihm freundlich, dass bis dahin nichts passiert könne und ihm so nicht geholfen werden kann.

Sicher, wir haben anfangs erklärt, Sie sollen Service und Support ausbauen, aber im Gegenzug müssen Sie sich weder beleidigen, noch sich für Geld zum Affen machen lassen.

Lass Dich nicht davon entmutigen oder negativ beeinflussen, wenn Sie beleidigt sind, weil Sie wieder einmal keinen Dank oder Anerkennung erhalten haben:

Denken Sie doch mal kurz zurück:

Wann haben eigentlich Sie, ja Sie sich das letzte Mal „richtig“ und „deutlich erkennbar“ bedankt und nicht nur ein so beiläufiges „danke“ hingeworfen?

Wie oft wäre das angebracht gewesen, Sie haben es aber vergessen oder nur unterlassen?

Hätte sich Ihr Gegenüber nicht über einige kleine Worte des Dankes gefreut?

Was hätte Sie das denn gekostet? – Nur mal zu Nachdenken...

7 Todsünden im Internet...

Wenn Sie sich Ihre Anfragen ansehen, werden Sie feststellen, dass sich maximal ca. 20% aller Kunden/User für Ihre Antwort, Ihren Service oder Ihre Hilfe bedanken.

Was ist mit den restlichen Kunden?

War da Ihre Anstrengung umsonst? Sicher nicht, denn überlegen Sie: Hätten Sie nicht diesen Kunden/Usern geholfen, hätten sie sich doch erneut bei Ihnen gemeldet.

Das geringe Fünftel Ihrer Kunden, das sich für Ihre Hilfe bedankt, das sind die Kunden, die einen freundlichen Umgangston pflegen und Wert auf gutes Benehmen legen, vielleicht belohnen Sie diese Kunden mit einer eigenen mailing-Liste oder einer Vorzugsbehandlung...

Vielleicht bedanken Sie sich für die „Dankesantwort“ wiederum mit einem kleinen Freundschaftsgeschenk, einem kleinen Gratisdownload, sicher fällt Ihnen dazu etwas passendes kleines Dankeschön ein.

Aber dennoch halten Sie sich bitte vor Augen:

So schön „Dank und Anerkennung“ sind: Sie beantworten Anfragen und leisten Ihren Service nicht, um dafür Dank zu erhalten, sondern weil es Ihre eigentliche Pflicht als Unternehmer ist!

Die Kür ist dann dass Sie dies immer besser machen und nur noch zufriedene Kunden haben, die sich auch noch bei Ihnen für Ihre Mühe bedanken – aber das ist wohl Utopie...

7 Todsünden im Internet...

MEIN KLEINES RESÜMEE:

So, lieber Leser, das waren jetzt „meine Vorschläge“, wie Sie mit den „7 Todsünden im Internet“ umgehen können...

Sicher wird der Eine oder Andere sagen, „der“ Punkt passt bei mir nicht, „der andere“ Punkt passt bei jenem nicht, das ist auch einleuchtend, denn wir kennen nicht das Internet-Business eines jeden einzelnen Lesers.

Daher kann ich nur generalisierend sagen, das alles erlebe ich in meiner tagtäglichen Beraterpraxis ...

Wenn Sie „meine Vorschläge“ hinterfragen und zu mehr als nur zur oberflächlichen Basis-Information nehmen und ich Sie „mal einfach so“ zum kurzen Nachdenken gebracht haben und Sie sich dann vielleicht auch nicht nur vornehmen, sondern auch einiges umsetzen, dann habe ich mein Ziel mit diesem kleinen Ratgeber-eBook erreicht...

Ihre Kommentare auf www.baldgeldwieheu.de erhalten einen dofollow „Backlink“, denn ich freue mich darüber...

... und vielleicht ist Ihnen - ich hoffe positiv - aufgefallen, ich habe Ihnen in diesem eBook wirklich nichts verkaufen wollen, es gab auch keine Links oder versteckte Affiliate-Angebote...

Viel Erfolg beim Umsetzen Ihrer Ziele und bei Ihren Internetgeschäften wünscht ihnen

Dr. Hans-Jürgen Karg

Und als Nachtrag: Wenn ich Ihnen helfen kann, schreiben Sie es mir Ihr Problem: fragdrkarg@steicons.de

7 Todsünden im Internet...

und ich freue mich auf ein baldiges Wiedersehen auf www.baldgeldwieheu.de

Ich sage „ein herzliches Dankeschön für Ihr Interesse“, und Sie wissen ja, alleine schaffe ich das Alles nicht, denn ich werde unterstützt von meinem Team der STEIMEDIA,

einem Internetauftritt der

STEICONS GmbH

Geschäftsführerin: Angelika Steinle
Buchauerstrasse 16
D- 81479 München
Tel: +49 (0)89 15780212
Registergericht München: HRB 147 545
USt-IdNr.:DE233399565

Ihr feedback erreicht mich: fragdrkarg@steicons.de

PS: "Nur ein zufriedener Kunde kauft gerne wieder etwas bei Ihnen!"

Denken Sie daran: Ihr Kunden-Service soll und muss ein ganz zentraler Bestandteil in Ihrem Internet-Business sein.

Vergessen Sie nicht, dass Kunden, die einmal bei Ihnen gekauft haben und mit Ihrem Angebot und Service zufrieden waren, wahrscheinlich wieder bei Ihnen kaufen werden und Sie und Ihr Angebot weiterempfehlen werden.

PPS: Und wie war das noch mit Dank und Anerkennung?