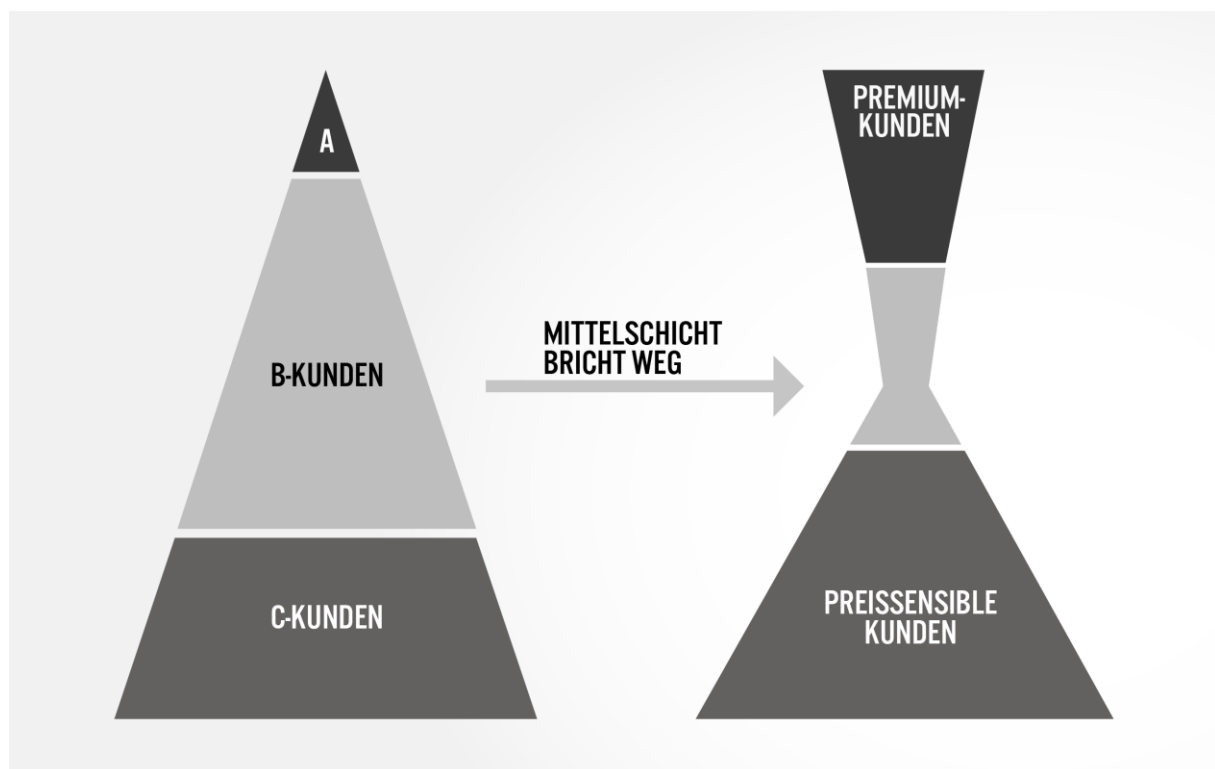


Rettet den Mittelstand!

Wie Unternehmer, Freiberufler und Selbständige durch Empfehlungsmarketing überleben und wachsen können

Der deutsche Mittelstand ist in Not, ihm geht die Kundschaft aus. Schlimmer noch: Dieser Prozess beschleunigt sich zusehends. Das schreibt Rolf Neijman, selbst Unternehmer, in seinem Buch „Wie die Welt miteinander Geschäfte macht“. Er stützt seine These auf eine Studie, die die Bertelsmann-Stiftung gemeinsam mit dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) veröffentlicht hat.

Osnabrück, im März 2017. Durch die Digitalisierung werde das Wegbrechen der Mittelschicht extrem beschleunigt, weshalb man sich früher oder später in jeder Branche zwischen preissensiblen und Premium-Kunden entscheiden müsse. Allerdings besetzen große Konzerne mit ihrer Einkaufsmacht bereits den preissensiblen Markt und betreiben mit immensen Investitionen in den digitalen Medien eine extreme Verdrängung im Wettbewerb. Somit bleibt dem Mittelstand nur noch die lukrative Nische der Premium-Kunden, wo man allerdings für klassische Werbung und direkte Ansprache im Vertrieb nicht mehr empfänglich ist.



Der „erstbeste“ Weg zum Kunden ist nicht mehr der erfolgreichste

Denn der direkte Weg zum Kunden über Werbung und Vertrieb – Rolf Neijman nennt ihn den „erstbesten“ – ist beschwerlich und aussichtslos geworden. Zu lange wurde getrickst und gelogen. Der informierte Premium-Kunde schenkt Verkäufern und den teuren Werbekampagnen keine Aufmerksamkeit. Er bildet sich vielmehr eine eigene Meinung und tut diese lautstark kund. Im schlimmsten Fall startet er einen „Shitstorm“ – im besten Fall spricht er eine Empfehlung aus. Empfehlungen sind glaubwürdig und werden von Premium-Kunden ernst genommen.

Aber wie schafft man es, dass andere gut über die eigenen Produkte sprechen? Und warum verändert Empfehlungsmarketing die Art und Weise, wie die Welt miteinander Geschäfte macht? In sechs unterhaltsamen Kapiteln liefert der Autor dazu eine praxisnahe Step-by-Step-Anleitung. Wer sie liest, wird verstehen, dass man im Marketing – wie im Billard – klug über Bande spielen sollte, um die guten Kunden noch zu erreichen.

Sein Hauptanliegen: Leser sollen lernen, wie man für sich ein empfehlenswertes Alleinstellungsmerkmal entwickelt. Und wie zukünftige Empfehlungspartner „glänzen“ können, weil sie mit diesem Alleinstellungsmerkmal zum Geschichtenerzähler („Storyteller/Storytelling“) werden. Der wichtigste Punkt im Buch ist die Frage, was Unternehmer tun sollten, damit man bei guten Kunden gerne über sie spricht, was sie dem Wortsinn nach „empfehlenswert“ macht.

Dafür kombiniert der Autor die Möglichkeiten des Empfehlungsmarketings mit den Methoden des Entrepreneurship und arbeitet systematisch neue Sichtachsen für empfehlenswerte Elemente heraus. Dafür hat er ein Tool mit dem etwas sperrigen Namen „Empfehlungswert-Territoriums-Karte“ mit einem Ampel-System entwickelt, das als grafisch-visuelle Form den Leser befähigt, den „zweitbesten“ Weg zum Kunden zu finden.

Lernen, wie man den „zweitbesten“ Weg zum Kunden geht

Neijmans „Empfehlungsmarketing“ – das viele für den „zweitbesten“ Weg zum Kunden halten – ist nach seiner Einschätzung der einzige Weg zum Kunden. Und damit der richtige Weg zur nachhaltigen Zukunftssicherung für Unternehmer, Freiberufler und Selbständige.



Die Wirkweise und Nachhaltigkeit seines Ansatzes belegt der in Osnabrück lebende Autor mit einem starken Argument: Für das Buch von Rolf Neijman wurde kein einziger Baum gefällt. Neijmans „gewichtiges“ Buch fühlt sich zwar an wie ein Papierbuch, besteht aber tatsächlich aus Stein. Eine gelungene Metapher, will doch der Autor mit seinem Buch einen solider „Grundstein“ für ökonomisch unruhige Zeiten aufzeigen.

Der Autor

Rolf Neijman hat die strukturellen Veränderungen der Wirtschaft insbesondere im Vertrieb hautnah miterlebt: In den 80er- und den 90er-Jahren war er als Angestellter im Vertrieb unter anderem für den Juwelier CARTIER, EBEL Uhren oder MOVADO Watch und Joop! tätig. Heute ist er erfolgreicher Unternehmer und schult im Rahmen des Netzwerks BNI (Business International Network) andere Unternehmer in Theorie und Praxis des Empfehlungsmarketings.

Kontakt

Rolf Neijman
Wilhelmstrasse 14
49076 Osnabrück
eMail: rolf@nejman.de

Bezugsquellen

Buch-Bestellungen im Shop und Buchhandel möglich
Preis: 29,90 € (auch als eBook & Hörbuch erhältlich)
ISBN: 978-3-00-053491-1
<https://shop.neijman.de>