I. Einleitung

Haben Sie das Buch „simplify your life“ von Werner Tiki Küstenmacher gelesen? Haben Sie sich beim Lesen dieses Buches auch gedacht, „so muss man es machen, das Leben vereinfachen?“ Ich bin ein Fan von Küstenmachers Philosophie. Was ich allerdings nicht wusste ist, dass er ein Empfehlungs-Fan ist. Auf dem Kalenderblatt des 21. September 2009 steht im „simplify your day“ Kalender sinngemäß, „lassen Sie sich einen Lieferanten empfehlen“.

Jeder Mensch ist Kunde und Lieferant zugleich

Es lohnt sich für alle, tiefer in die Materie Empfehlungsmarketing einzusteigen. Egal ob Unternehmer oder Polizist, Freiberufler oder Politiker, Ein-Mann oder Frau-Unternehmer oder Gemeindevertreter, Großunternehmer oder Rentner, egal ob Vertriebsmitarbeiter oder Einkaufsberater. Jeder kauft ein – und jeder verkauft etwas.

Politiker verkaufen ihre Programme, Vertreter von Städten oder Gemeinden bieten Grundstücke und Gemeindedienstleistungen ihren Bürgern und Unternehmen an. Der Polizist, dessen Kunden üblicherweise davon laufen, muss in seinem Hauptberuf sicher keine Verkaufsstrategien erarbeiten. Vielleicht ist er aber ehrenamtlich engagiert in der Kinder- und Jugendabteilung eines Sportvereins. Diese kostet Geld, welches selten im Überfluss vorhanden ist. Deshalb werden Sponsoren gesucht, denen der Polizist die Arbeit seines Vereins schmackhaft machen muss.

Erweitern Sie Ihr Verständnis von Qualität

Wenn Sie, lieber Kunde, unsicher sind, ob die Leistung, die Sie einkaufen, Ihren Qualitätsansprüchen genügt, können Sie selbstverständlich Schmerzensgeld in Form von Lieferanten-Rabatten einfordern. Mit anderen Worten, lieber Lieferant: wenn Sie Ihrem potenziellen Kunden die Angst nicht nehmen können, Ihre Leistung sei den geforderten Preis nicht wert, dann bezahlen Sie diese Angst mit einem Preisnachlass und verdienen weniger. Welch ein Wortspiel: Sie verdienen nicht mehr.

Wir sind davon überzeugt, dass mittlerweile die meisten Menschen begriffen haben, dass Qualität ihren Preis hat. Es hat sich herumgesprochen, dass „billig“ nicht gleichbedeutend ist mit „beste Leistung zum besten Preis“. Es ist an der Zeit, eine Lösung aufzuzeigen, wie Sie als Kunde qualitativ beste Leistung zum besten Preis erhalten und wie Sie als Lieferant den ruinösen Preiskrieg Ihren Wettbewerbern überlassen können. Vielleicht ist Werner Tiki Küstenmacher nach dem Lesen dieses Buches ja ein Fan von uns.