



BVW-Info

Gesetzesverschärfung für Kundenbindung nutzen

Bestand gegen Konkurrenten sichern

Durch die Verschärfungen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDGS) und des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) wird uns allen das Leben erschwert. Elektronische Kontaktaufnahme ohne vorherige Zustimmung („opt-in“) ist praktisch ausgeschlossen. Unsere Empfehlung: Nutzen Sie diese Verschärfungen, um Ihren Bestand in zwei Schritten gegen die Konkurrenz zu sichern.

Erster Schritt „opt-in“ einholen

Sie holen sich von Ihren Kunden ein „opt-in“ ein. Dazu liefern wir Ihnen alle Tools, die Sie brauchen um die Zustimmung Ihrer Kunden ohne großen Aufwand einzuholen. Nutzen Sie jeden Kundenkontakt – gleichgültig ob persönlich oder telefonisch – und fragen Sie nach dem „opt-in“. Sie erhalten von uns die notwendigen Vordrucke um das „opt-in“ zu dokumentieren. Kollegen, die unser System nutzen, bestätigen, dass es einwandfrei funktioniert.

Sie können Ihre Kunden auch systematisch „durchtelefonieren“ um das „opt-in“ einzuholen. Das ist aber relativ zeitaufwändig, oder wenn Sie ein Callcenter beauftragen, ziemlich teuer.

Als Alternative bieten wir Ihnen eine Briefvorlage mit einer Vorlage für eine Rückantwortkarte, auf der Ihre Kunden Ihnen die zukünftigen elektronischen Kommunikationswege angeben. Diese Briefe können Sie entweder selber versenden oder durch uns versenden lassen. Durch eine „Massenbriefsendung“ können die Kosten erheblich gesenkt werden. Nur aus eigener Erfahrung wissen wir, dass solche Mailing-Aktionen nicht sehr erfolgreich sind. Die Kunden vergessen einfach schon mal, die Karte zurückzusenden.

Einfacher ist da ein anderer Brief, der die Kunden wegen Schwierigkeiten bei der Verwaltung des Vertrages um einen Rückruf bittet. Dort sind Quoten von über 50% realistisch. Deshalb pro Woche nicht mehr Briefe versenden, als Sie Rückrufe verkraften können. Auch hierfür haben wir eine Briefvorlage für Sie erstellt.

Mit den geringsten Kosten erreichen Sie Ihre Kunden per E-Mail oder mit einem Newsletter. Fügen Sie Ihrer Nachricht eine am Rechner ausfüllbare PDF-Datei an. Ihre Kunden können diese Mail mit dem Adobe-Reader öffnen, am Rechner ausfüllen und Ihnen mit zwei Klicks zurücksenden. Wir haben die notwendigen Vorlagen für Sie. Außerdem liefern wir Ihnen die Excel-Datei, in der Sie die Rückläufe abspeichern können.

Wenn Sie testen wollen, wie solch eine elektronische Bestellung funktioniert, öffnen Sie das angehängte PDF-Formular.

Zweiter Schritt „opt-in“ dokumentieren

Dokumentieren Sie Ihre Ergebnisse. Dazu liefern wir Ihnen die Bestätigungskarte und den Bestätigungsbrief, den Sie am Rechner ausfüllen und dann per E-Mail, per Fax oder mit der Post an Ihre Kunden senden. Wichtig: Sie speichern eine Kopie dieser Bestätigung in Ihrem Outlook, Ihrem CRM-System oder einfach in einem Ordner auf Ihrem Rechner. Speichern Sie das Ergebnis aber auf einem zentralen Server, wenn mehrere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter damit arbeiten müssen. Werfen Sie aus Ihrem Outlook oder CRM-System alle die Wege raus, die Sie nicht mehr nutzen dürfen oder markieren Sie sie zumindest als „verboten“. Das bewahrt Sie davor zukünftig gegen gesetzliche Vorgaben zu verstoßen und schützt Sie vor Ärger.



Dritter Schritt Bestand sichern

Haben Sie die Verbindung zu Ihren Kunden auf diese Weise gefestigt, geht es um die Abgrenzung gegen Mitbewerber. Machen Sie das bitte aber auf jeden Fall erst, nachdem Sie ein „opt-in“ eingeholt haben.

Fragen Sie Ihre Kunden, was Sie von Telefonwerbung und Werbemails (Spams) halten. Durch die Bank werden Ihnen die Kunden bestätigen, dass Sie solche Werbung eher lästig finden. Fragen Sie ihn, ob er Ihnen bezüglich der Vertragsbetreuung vertraut. Bestätigt er Ihnen das, dann machen Sie ihm klar, dass er keine Telefonanrufe oder E-Mails von Mitbewerbern mehr akzeptieren muss. Er kann bei diesen unerwünschten Kontakten deutlich sagen, dass er keine weitere Kontaktaufnahme wünscht. In Werbe E-Mails sollte ein „Abmelde“-Button vorhanden sein, den sollte er unbedingt nutzen. Wir liefern aber auch eine Brief- und eine E-Mail-Vorlage, mit denen Ihr Kunde Ihren Mitbewerbern die rote Karte zeigen kann.

Sollte das alles nicht helfen und Mitbewerber dann „langsam lästig werden“, dann steht das Bundes-Versorgungs-Werk auch zur Verfügung, um diese unbelehrbaren Konkurrenten in die Schranken zu verweisen. So helfen wir Ihnen, Ihre Bestände gegen Konkurrenten zu schützen.

Hans-Dieter Stubben