



Kundenbindung: Tag der offenen Tür

von Dipl.-Betw. Rolf Leicher, Kommunikationstrainer und Autor

Dieser Tag ist die beste Möglichkeit, viele Kunden gleichzeitig in Ihrem Unternehmen zu treffen. Laden Sie nicht nur die grossen Kunden ein, sondern auch Kleinkunden und solche, die es noch gar nicht sind: Die Interessenten, die sich bisher noch nicht für Sie entschieden haben. Der Tag der offenen Tür ist ein Event, an dem Sie Ihre Firma in ihrer Gesamtheit darstellen können. Wann sonst hat der Kunde die Möglichkeit, einmal hinter die «Kulissen» zu schauen und beispielsweise die Produktionsstrasse Ihres Unternehmens kennen zu lernen? Machen Sie Ihr Unternehmen transparent! Und keine Angst, dass Sie den Kunden mit Details langweilen könnten. Das Gegenteil ist oft der Fall. Und jeder wird Ihr Produkt noch mehr zu schätzen wissen, wenn er weiss, wie viel Arbeitsleistung dahintersteckt.

Einige «Tag der offenen Tür»-Varianten:

- Der alljährliche «Tag der offenen Tür», in dem der Kunde einmal hinter die Kulisse schauen darf, beispielsweise in die Werkshalle, auf die Funktion der Industrie-Roboter usw.
- Erweiterung des Unternehmens. Hat sich Ihr Unternehmen vergrössert? Wurde ein Teil umgebaut und erneuert? Dann ist die beste Gelegenheit für den «Tag der offenen Tür» bei der Einweihung des neuen Gebäudeteils. Lassen Sie Ihren Kunden den neuen Flügel, die neue Werkshalle und natürlich im besonderen die neuen Verkaufsräume bewundern.
- Neue Produkte, Waren und Herstellungspraktiken. Geben Sie Ihrem Kunden die Chance, die neuen Produkte, Waren als auch umgestellten Herstellungstechniken zu bewundern. Laden Sie ihn zum allerersten Verkaufstag ein. Dies ist auch ein «Tag der offenen Tür», an dem sich jedoch alles auf die Verkaufsräume konzentriert. Führen Sie die neuen Waren vor. Veranstalten Sie eine Präsentation und verkünden Sie dann feierlich «Der Verkauf ist eröffnet».

Damit dieses Event auch wirklich zum Erfolg wird, gilt es einige Schritte zu beachten:

1. Die Einladungen

Laden Sie Ihre Kunden schriftlich zu diesem besonderen Highlight Ihres Unternehmens. Die Einladungen sollen mindestens vier Wochen vor dem Ereignis an den Kunden versandt werden, am besten sind sechs Wochen. Bedenken Sie, Ihr Kunde wird einen ebenso vollen Terminkalender haben wie Sie selbst! Bitten Sie um bestätigende Rückantworten per E-Mail bis zu einem festgesetzten Datum. So können Sie entsprechend planen. Laden Sie auch die Presse ein. Verschicken Sie zwei Wochen vor dem eigentlichen Event eine Pressenotiz an Ihre Regionalpresse, dass an diesem Tag ein «Tag der offenen Tür» geplant ist. Sorgen Sie für ausreichend Parkplätze und natürlich für eine gute Wegbeschreibung.

2. Informationsmaterial

Geizen Sie an diesem Tag nicht mit Broschüren, Flyern und Firmenprospekten. Bewährt hat sich ein Informationsschalter, an dem Besucher Fragen stellen können. Gerade bei potentiellen Neukunden, also Besuchern, die niemanden persönlich kennen, ist solch ein Schalter auch die Möglichkeit, einen ersten persönlichen Kontakt herzustellen.

3. Die unternehmerische Präsentation

Wie soll sich Ihr Unternehmen an diesem Tag zeigen? Welche Extra-Dekorationsmittel setzen Sie ein? Luftballons für die Kleinen, Blumengebinde, Poster, Lichteffekte. Planen Sie diesen Tag auch unter diesem Aspekt. Gestalten Sie das Umfeld professionell. Vergessen Sie nicht, Wegweiser und Informationsschilder aufzustellen. Beispielsweise wann die nächste Führung beginnt, wo ein Vortrag stattfindet, wo die Toiletten sind. Sie kennen Ihr Unternehmen wie die eigene Westentasche. Für Ihre Kunden ist es allerdings in vielen Bereichen Neuland. Lassen Sie den guten Eindruck nicht daran scheitern, dass Sie keinen Orts-Überblick schaffen. Natürlich legen Sie auch ein Gästebuch auf, wo sich (hoffentlich) jeder einträgt. Und noch etwas: Alle Mitarbeiter (auch der Chef) tragen ein Namensschild, damit der Besucher weiss, mit wem er spricht.

4. Technisches Equipment

Für die gelungene Begrüssung brauchen Sie entsprechendes technisches Equipment: Mikrofone, Scheinwerfer, Lautsprecher. Spielen Sie ruhig mit dem Gedanken, eine Multi-Media-Show aufzuziehen. Eine Präsentation mit Video, Vortrag, Musik und späterer Vor-Ort-Besichtigung begeistert immer.

5. Buffet und Werbegeschenke

Wichtig ist an solch einem Tag die kulinarische Verköstigung Ihrer Kunden. Bieten Sie ein kaltes Buffet. Stossen Sie gemeinsam an. Lassen Sie

eine feierliche oder auch lockere Stimmung entstehen, indem Sie eine Live-Band spielen lassen. Denken Sie auch an Give-Aways, also an Werbegeschenke.

6. Presse

Stellen Sie in jedem Falle eine Pressemappe zusammen. Hinein gehören Unternehmensinformationen, Broschüren, Presstext über diesen besonderen Tag und Pressefotos. Jeder erschiene Journalist erhält solch eine Mappe. Wer leider verhindert war, den informieren Sie gleich am nächsten Tag über das Ereignis. Senden Sie ihm die Mappe am besten mit aktuellen Fotos zu, die an diesem Tag von den Besuchern und der Veranstaltung gemacht wurden. Auch Fachzeitschriften, die Sie selbst regelmässig lesen, berichten meist gerne über solche Ereignisse oder nehmen es als Anlass, einmal ausführlicher über Ihr Unternehmen zu schreiben.

7. Unterstützung

Lassen Sie sich von Ihren Lieferanten finanziell unterstützen. Der Tag der offenen Tür ist teuer. Wenn Ihre Lieferanten dabei auch auftreten, sind sie eher bereit, sich zu beteiligen. Besonders bei technischen Fragen der Besucher kann oft keiner besser Auskunft geben als Ihr Lieferant.

8. Die Nachbereitung

Reservieren Sie sich bereits vor der Veranstaltung genug Zeit für die Nachbereitung in Ihrem Terminkalender. Denn die während des Tages gewonnenen Informationen und Kontakte sind wertlos, wenn Sie sie nicht nachbereiten.

Am Tag der offenen Tür haben Sie eine Vielzahl von neuen Kontakten geknüpft. Alle diese Kontakte finden Sie auf dem Stapel der Kontaktzettel wieder. Jeder Kontakt ist bereits nach A-/B-/C-Adresse zu klassifizieren. Notieren Sie Ideen zur Verbesserung. In welcher Weise lässt sich die Darstellung der Firma und der Produkte auf der

nächsten Veranstaltung wirksamer gestalten und das Verkaufsergebnis steigern?

Last but not least: Feiern Sie den Erfolg mit allen beteiligten Mitarbeitern und zeigen Sie sich vielleicht sogar durch ein Geschenk erkenntlich. Machen Sie «Manöverkritik»: Was ist gut gelungen, was weniger gut? So schaffen Sie sich eine Grundlage für den nächsten «Tag der offenen Tür», den Sie vielleicht schon in einigen Jahren wieder veranstalten wollen. Ein «Tag der offenen Tür» ist zwar mit einigem Aufwand verbunden, aber er lohnt sich, wenn das grosse Ereignis richtig vorbereitet und geplant wird. Aber bedenken Sie: Der «Tag der offenen Tür» darf keine Einmalaktion bleiben. Was Sie hier begonnen haben – Kontakt zur Öffentlichkeit und zur Presse zu schaffen – ist fortzusetzen.

* Dipl.-Betrw. Rolf Leicher, Kommunikationstrainer und Autor

Kontaktadresse:

Oberer Rainweg 67

D-69118 Heidelberg

E-Mail: Rolf.Leicher@T-Online.de