

Ehrenkodex BAU

Die praktikable Quintessenz des
Empfehlungsmarketings
für alle Bauschaffenden



Ehrenkodex BAU

I. Wir arbeiten qualitätsbewusst und handeln serviceorientiert. Unser oberstes Ziel ist ein zufriedener Auftraggeber.

II. Wir bieten allen am Bauvorhaben Beteiligten den größtmöglichen Nutzen. Unsere Zusammenarbeit verläuft freundschaftlich. Alle wissen, auf uns ist Verlass.

III. Unser Auftraggeber, der Architekt, der Bauleiter und die Handwerker empfehlen unsere Arbeit weiter. Umgekehrt machen wir es genauso.

IV. Unser Auftraggeber genießt unseren vollen Respekt. Wir hören ihm zu und versuchen jeden seiner Wünsche zu erfüllen.

V. Unsere Lieferanten geben uns faire Einkaufspreise. Wir bieten in unseren Angeboten faire Preise. Unsere Preise sind Festpreise mit geringem Verhandlungsspielraum.

VI. Wir halten wir uns an die getroffenen Termin- und Zahlungsvereinbarungen und erwarten dies auch von unseren Auftraggebern.

VII. Wir sind ständig dabei uns zu verbessern. Wir besuchen Seminare und bilden uns fort.

Mag es uns auch nicht immer gelingen, wir geben unser Bestes und versuchen den Ehrenkodex BAU nach bestem Wissen und Gewissen einzuhalten.

Stand: 06.01.2004

www.ehrenkodex-bau.de

Kundenbindung

Ein zufriedener Kunde bezahlt pünktlich. Ein unzufriedener vielleicht nie. Sorgen Sie deshalb dafür, dass Ihr Kunde nicht nur erhält, was üblich ist, **sondern immer ein wenig mehr.** Das ist die Art, wie man heute Karriere im Job macht und wie man zufriedene Kunden er- und behält.

Ein einfaches Beispiel: Ein Kunde ruft Sie an und vereinbart ein Beratungsgespräch für den individuellen Innenausbau seines Einfamilienhauses. Was ist zu tun?

1. Bestätigen Sie den vereinbarten Beratungstermin, Ort, Uhrzeit unmittelbar nach dem Telefonat schriftlich! Wählen Sie, je nach Möglichkeiten zwischen Brief, Fax oder E-Mail und denken Sie daran: Der erste Eindruck entscheidet oft und hält lange an. Eine E-Mail als Bestätigung wirkt modern, freundlich und hoch professionell. Außerdem dürfte Ihr zukünftiger Kunde auf seinem Laptop selten eine E-Mail von einem Handwerksunternehmen erhalten haben.

2. Erscheinen Sie zum Beratungsgespräch pünktlich, korrekt gekleidet und mit ansprechenden Unterlagen. Denken Sie daran: Ihr neuer Kunde überträgt seinen ersten Eindruck auf die zu erwartende Dienstleistung! Stellen Sie sich namentlich vor und überreichen Sie ihm Ihre Visitenkarte. Wenn Sie 20 Minuten zu spät und in schmutzigen Klamotten erscheinen, war das in der Regel schon das Aus.

3. Machen Sie sich beim Beratungsgespräch Notizen und halten Sie das Vereinbarte schriftlich fest. Lesen Sie am Ende des Gesprächs Ihre Notizen vor und korrigieren Sie Unstimmigkeiten, falls nötig. Der Kunde gewinnt somit Vertrauen und fühlt sich korrekt behandelt. Transparenz bei der Zusammenarbeit ist heute sehr wichtig.

4. Zeigen Sie Ihre Referenzen auf Fotos oder auf Ihrer Homepage, bieten Sie eine Ortsbegehung an. Anspruchsvolle Kunden kaufen keine Katze im Sack.

5. Bestätigen Sie das Gespräch am kommenden Tag durch die Zusendung eines Angebots an den Kunden. **Kündigen Sie Ihre gute Leistung an und beschreiben Sie den Ablauf der Arbeiten.** Somit kann sich ihr künftiger Kunde die Zusammenarbeit mit Ihnen vorstellen und macht sich mit Ihnen vertraut. Mitanbieter haben dann kaum noch eine Chance.

6. Haben Sie den Auftrag sicher, achten Sie bei der Ausführung noch mehr als sonst auf Qualität, Sauberkeit und Pünktlichkeit. Empfehlen Sie Ihrem Kundendie Partnerbetriebe, mit denen Sie gerne zusammenarbeiten. Notieren Sie die Namen auf der Rückseite Ihrer Visitenkarte. Verderben Sie nicht Ihren Ruf durch beschädigte Einrichtungen, zurückgelassene Verpackungen oder verkratzte Fliesen. Nehmen Sie Verpackungen und Reststoffe mit und entsorgen Sie diese. Das hinterlässt einen sehr guten Eindruck.

7. Nach erfolgter Leistung und Endabnahme sollten Sie den Auftrag formell abschließen, indem Sie sich per Brief für die Zusammenarbeit bedanken. Dies ist auch der Zeitpunkt, um die Rechnung zu avisieren. Fakturieren Sie den vereinbarten Betrag.



Es handelt sich um einen genehmigten Nachdruck. Der Autor, Guido Marschall, kann für Beratungsaufträge unter E-Mail marschall@auto-manager.de kontaktiert werden. (Der Text wurde von uns etwas geändert).

**Welche Vorteile bietet unser Betrieb unseren Kunden?
Was unterscheidet uns positiv vom Wettbewerb?**

Antwort 1:

Antwort 2:

Antwort 3:

Bietet Ihr Betrieb gute Vorteile, haben Sie die besten Voraussetzungen.

Als Interessent für eine erfolgversprechende Partnerschaft sollten Sie uns mindestens einen Vorteil nennen. Diese Vorteile dienen intern zur Aufnahme-Beurteilung.

Auf Grund der genannten Vorteile erhält Ihr Unternehmen seine Aufträge.

Wir empfehlen diese Liste einmal jährlich zu überarbeiten.



I. Anerkennung des Ehrenkodex BAU

II. Gebietsschutz-Prüfung

III. Aufnahmeantrag

- I. Wir anerkennen den Ehrenkodex BAU und versuchen die 7 Regeln nach bestem Wissen einzuhalten.
- II. Wir haben keine Wettbewerber an unserem Firmen-Stammsitz (= Postleitzahl). Es befindet sich auch kein Wettbewerber in der Partner-Datei.
- III. Wir senden Ihnen diesen Antrag und den ausgefüllten Fragebogen "Welche Vorteile bietet unser Betrieb/Büro unserem Kunden?"
"Was unterscheidet uns positiv vom Wettbewerb?" mit der Bitte um Aufnahme als Partner im Ehrenkodex BAU.

Vorname _____

Name _____

Firmenname _____

Straße _____

PLZ _____

Ort _____

Branche _____

Telefon _____

Fax _____

Mail _____

Internet _____

Senden Sie mir eine Voraus-Jahresrechnung über 2,- EUR/monatlich für die Partnerschaft, die Datenbankpflege, den Gebietsschutz, die Berechtigung zur uneingeschränkten werblichen Nutzung des Ehrenkodex BAU und des Markenzeichens sowie eines Selbstfärbestempels.

Für die Datenerfassung/-integration sowie den Ehrenkodex BAU-Markenzeichenstempel "Unser Betrieb wird empfohlen" fallen einmalig 20,- EUR an. Alle Preise verstehen sich zuzüglich 16 % MwSt.

(Innerhalb von 4 Wochen erhalten Sie entweder eine Voraus-Rechnung und werden nach deren Begleichung als Partner aufgenommen oder eine Absage. An die Zusage halten wir uns 30 Tage ab Rechnungsdatum. Nach Ausgleich der Jahresrechnung wird Ihr Name in der Datenbank Fairer Partner gelistet ist; Sie erhalten den Markenzeichen-Stempel und sind ab diesem Zeitpunkt berechtigt den Ehrenkodex BAU und das Markenzeichen für sich bzw. Ihr Unternehmen zu nutzen.)



Marketing-Service

Bewährt hat sich der Ehrenkodex BAU-Selbstfärbe-Stempel



Er ist wahlweise auch mit "Unser Büro wird empfohlen" lieferbar. Dieser Markenzeichen-Stempel ist Bestandteil des Konzeptes. Jeder Partner erhält zu Beginn der Partnerschaft diesen Ehrenkodex BAU-Stempel und die Ehrenkodex BAU-Partner-Urkunde.

Verbandsspezifische Stempel sind Bestandteil des Rahmenabkommens und werden auf Anfrage geliefert. Firmenindividuelle Stempel sind auf Anfrage lieferbar.



Visitenkarte und Selbstfärbe-Stempel sollten zur Basis gehören zur Basis-Ausstattung eines jeden Partners. Dies ist Ihre Investition. Ihre Visitenkarte haben Sie immer bei sich. Jeder Kundenbesuch beginnt mit der Überreichung Ihrer Visitenkarte.

Wann immer es um Aufträge oder um Neukunden geht, ist die Verwendung des Empfehlungstempels empfehlenswert. Alternativ können Sie z.B. beim Neudruck Ihrer Briefbögen, Text und Markenzeichen gleich mit eindrucken lassen.

Markenzeichen

Neben dem Ehrenkodex selbst ist das untenstehende Markenzeichen offizielles Erkennungsmerkmal.

Die Person oder der Betrieb, der dieses Markenzeichen nach Außen hin erkennbar zeigt, dokumentiert damit sein Arbeiten und Handeln nach dem Ehrenkodex BAU.



Neues Markenzeichen



Bisheriges Markenzeichen



Der Auftraggeber sollte die ihm nutzbringende Einstellung entsprechend honorieren. Bei zu vergebenden Aufträgen sollten die Angebote dieser Partner besondere Beachtung finden.

Einzig berechtigt zur Verwendung dieses Markenzeichens und des Ehrenkodex BAU sind die Personen und Betriebe, die in der Datenbank Fairer Partner gelistet. Jegliche Fremdverwendung die uns gemeldet wird, wird rechtlich geahndet.

Der Weg ist das Ziel

Empfehlungsmarketing - das sollten Sie tun:

Empfehlen Sie Ihren Auftraggebern/Kunden einen Partner aus einem Nachbargewerk. Tun Sie dies so oft wie irgend möglich. So bauen Sie sich Ihr Netzwerk auf, das Sie nicht mehr missen möchten. Mittelfristig werden Sie sich dadurch Ihren ureigensten Markt im Gesamtmarkt schaffen, in dem einzig und allein die Zufriedenheit des Kunden zählt. Preise werden in Ihrem eigenen Markt eine untergeordnete Rolle spielen. Sie werden die Preise erhalten, die Sie benötigen.

Sollte es noch keine Partner in Ihrer Region geben, sprechen Sie (wenn Sie Handwerker sind) mit ein, zwei Handwerkern aus Nachbargewerken über die Strategie des Empfehlungs-Marketings. Teilen Sie ihm die Webadresse (www.ehrenkodex-bau.de) mit. Alles ohne jegliche Verpflichtung. Einzige gemeinsame Basis ist der Ehrenkodex BAU.

Ein ideales Medium ist Ihre Visitenkarte. Diese hinterlassen Sie bei jedem Kundenkontakt. Auf der Rückseite notieren Sie den von Ihnen empfohlenen Partnerbetrieb! Auch der Partner-Stempel ist eine Empfehlung wert. Bringen Sie das Rad in Ihrer Region zum Rollen - Laufen wird es von alleine! Und zwar besser als Sie wahrscheinlich vermuten.

Tun Sie den ersten Schritt!



Ehrenkodex BAU

?

Was können wir mit diesem Ehrenkodex BAU erreichen?

!

Als Partner werden Sie fest eingebunden in ein Netzwerk von aktiven Bauschaffenden, bestehend aus A wie Architekt bis Z wie Zimmermeister.

Die "einfache", aber hocheffiziente Strategie des Ehrenkodex BAU ist der Extrakt aus dem Wissen des Weiterempfehlungs-Marketings.



*

Durch Rahmenabkommen mit Verbänden und Institutionen erhalten deren Mitglieder einen Sonder-Nachlass, der nur dann gewährt werden kann, wenn die Anmeldung über die Internetseiten des jeweiligen Verbandes bzw. der Institution erfolgt!

Vorschlag/Mitarbeiter-Information

Das Empfehlungs-Marketing wird ein Punkt in unseren Unternehmenszielen, der so lauten könnte:

Alle am Bauvorhaben Beteiligten wie Handwerker, Architekten, Planer, Bauleiter und andere Bauschaffende empfehlen uns weiter an Ihre Auftraggeber. Umgekehrt tun wir dies ebenso.

Wir erhalten zunehmend mehr zufriedenstellende Aufträge durch diese Weiterempfehlung. Je mehr wir andere Partner empfehlen, um so mehr werden diese uns empfehlen.

Daraus entsteht ein eigener Markt im Markt, der anfängt sich selbst zu tragen und der von alleine funktionsfähig bleibt. Alleinige gemeinsame Basis für unser eigenes Netzwerk ist der Ehrenkodex BAU.

Wir versuchen die Regeln des Ehrenkodex BAU nach bestem Wissen einzuhalten.



Ort/Datum:

Unterschrift:

Absender (Stempel)

An
Ehrenkodex BAU
Menzel Medien
Fasanenweg 7

74254 Offenau

Herr / Frau _____

Passt in jedes Fensterbriefkuvert

PARTNER WERDEN

- () Wir wollen **Partner** im Ehrenkodex BAU werden. Unseren Antrag sowie den Fragebogen fügen wir bei.

INFORMATION

- () Wir sind ein **Verband/Institution** und interessieren uns für ein Rahmenabkommen. Senden Sie uns das Infoblatt "Mitgliederzahlen halten - Neumitglieder gewinnen"
- () Wir sind ein **Industrie-/Handelsunternehmen**. Senden Sie uns das Infoblatt "Kundenbindung"

Mitteilung:

Datum / Unterschrift

Notizen

Partner im Ehrenkodex BAU – Was spricht dafür, was dagegen?

PRO

Erstens:

Zweitens:

Drittens:

Viertens:

Fünftens:

CONTRA

Erstens: Schon wieder ein Logo, eine Mitgliedschaft, Zwänge. *

Zweitens:

Drittens:

Viertens:

Fünftens:

* Das Logo ist lediglich Mittel zum Zweck. Mitgliedschaft, Zwänge gibt es nicht.
Die Partner pflegen eine offene, lockere, faire Partnerschaft zu allen Beteiligten!

