

Neukundengewinnung

über Empfehlungen

1. Empfehlungsmarketing im B2B findet häufig im Partnervertrieb von Technologieanbietern statt
2. Persönliche Empfehlungen haben durch Authentizität einen großen Vorteil
3. Ein ausgeglichenes Verhältnis zwischen Unternehmen und potenziellen Empfehlungsgeber und Empfehlungsgeberinnen ist ein Erfolgsfaktor
4. Insgesamt ein wichtiger Faktor im Empfehlungsmarketing: Die Abwägung zwischen Risiken und Nutzen einer Empfehlung
5. Die Angst vor Ansehensverlust – ob das Ansehen des Unternehmens der Empfehler/Empfehlerin oder deren eigenes Ansehen – ist in der Firmenpolitik verankert
6. Das Unternehmen selbst kann in Aktion treten, indem es potenzielle Empfehlungsgeber und Empfehlungsgeberinnen animiert. Fragen Sie direkt danach, wie Sie Empfehlungen fördern können

Zusammenfassung des Ergebnisses der VDI AK – Sitzung "Technischer Vertrieb" im Dresdner Bezirksverein e.V.

Link zur Veranstaltung: [„Neukundenakquise – digital und erfolgreich“](#)