

Checkliste: Empfehlungsmarketing im Betrieb aktivieren

Begeisterung in glaubwürdige Weiterempfehlungen übersetzen

Empfehlungen entstehen nicht durch Bitten allein. Sie setzen ein Erlebnis voraus, das erzählenswert ist. Der Betrieb muss empfehlungswürdig sein, den richtigen Moment erkennen und Empfehlungen einfach und glaubwürdig ermöglichen.

Empfehlungswürdigkeit

Punkt	Trifft zu	Teilweis e	Trifft nicht zu
Der Betrieb bietet ein klar erkennbares Profil.	☐	☐	☐
Qualität und Service sind zuverlässig weiterempfehlbar.	☐	☐	☐
Es gibt besondere Details, über die Gäste gerne sprechen.	☐	☐	☐
Beschwerden werden so gelöst, dass Vertrauen erhalten bleibt.	☐	☐	☐
Mitarbeitende können in einem Satz erklären, was den Betrieb auszeichnet.	☐	☐	☐
Die Online-Darstellung bestätigt das tatsächliche Erlebnis.	☐	☐	☐
Gäste erhalten einen konkreten Grund, den Betrieb positiv zu erwähnen.	☐	☐	☐

Anlass und Ansprache

Punkt	Trifft zu	Teilweis e	Trifft nicht zu
Empfehlungen werden nur nach einem erkennbar positiven Erlebnis angeregt.	☐	☐	☐
Die Ansprache erfolgt persönlich und ohne Druck.	☐	☐	☐
Der Gast weiß, wie er den Betrieb einfach weiterempfehlen kann.	☐	☐	☐
Bewertungslinks oder Karten sind leicht zugänglich.	☐	☐	☐
Mitarbeitende unterscheiden zwischen Bewertung und persönlicher Empfehlung.	☐	☐	☐
Besonders zufriedene Veranstalter oder Stammgäste werden gezielt angesprochen.	☐	☐	☐
Ein Nein oder fehlende Reaktion wird selbstverständlich respektiert.	☐	☐	☐

Team und Prozesse

Punkt	Trifft zu	Teilweis e	Trifft nicht zu
Das Team kennt den passenden Moment für eine Empfehlungsfrage.	☐	☐	☐
Formulierungen werden trainiert, aber nicht starr vorgeschrieben.	☐	☐	☐
Empfehlungsimpulse sind Teil der Verabschiedung, wenn sie passen.	☐	☐	☐
Positive Rückmeldungen werden im Team sichtbar gemacht.	☐	☐	☐
Empfehlungsgeber werden wertschätzend begrüßt.	☐	☐	☐
Es ist nachvollziehbar, wie neue Gäste auf den Betrieb aufmerksam wurden.	☐	☐	☐
Anreize sind transparent und wirtschaftlich sinnvoll.	☐	☐	☐

Auswertung und Verbesserung

Punkt	Trifft zu	Teilweis e	Trifft nicht zu
Wir fragen neue Gäste gelegentlich nach der Herkunft ihrer Empfehlung.	☐	☐	☐
Wir beobachten Anzahl und Qualität neuer Bewertungen.	☐	☐	☐
Wir erkennen, welche Erlebnisse besonders häufig weitererzählt werden.	☐	☐	☐
Wir prüfen Empfehlungsaktionen auf tatsächliche Neukundenwirkung.	☐	☐	☐
Wir verstärken glaubwürdige, erfolgreiche Empfehlungsanlässe.	☐	☐	☐
Wir verzichten auf Methoden, die unecht oder aufdringlich wirken.	☐	☐	☐

Was ist bei uns so besonders, dass ein Gast morgen davon erzählen würde?

Wie kann unser Team eine Empfehlung natürlich und ohne Druck anregen?

Name:

Datum:

Nächste Schritte:
