

Weiterempfehlungen

– 10 Guerilla Marketing-Ideen

Weiterempfehlungen sind ein mächtiges Werkzeug in der Welt des Marketings. Sie nutzen die natürliche Neigung der Menschen, vertrauenswürdige Empfehlungen von Freunden, Familie und Kollegen zu teilen und zu befolgen.

Dieser Leitfaden zeigt dir 10 coole Wege, wie du ein effektives Weiterempfehlungsprogramm aufbaust, das sowohl deine bestehenden als auch neue Kunden anspricht und bindet.

Die Vorteile von Weiterempfehlungsmarketing:

- Potenzielle Kunden werden auf eine persönliche und glaubwürdige Weise erreicht.
- Im Vergleich zu traditionellen Marketingmethoden ist es oft kosteneffektiver.
- Es baut auf bestehende Kundenbeziehungen auf und verstärkt das Vertrauen.
- Du kannst leicht Angebote für die spezifischen Bedürfnisse unterschiedlicher Gruppen maßschneidern.
- Zugangshürden werden gesenkt, indem die Teilnehmenden auf unterschiedliche Weise angesprochen werden, z.B. verbal statt schriftlich.
- Der Aufwand für die Zielgruppe wird minimiert, indem sich aktiv auf diese eingestellt wird.
- Finanzielle Hürden werden gesenkt, bspw. durch Rabatte oder Schnupperangebote.

Arbeitsaufwand Umsetzung	
Finanzieller Aufwand	

Marketing konkret – schnell, effektiv, barrierearm



1. Zertifikate mit Teilen-Funktion

Gestaltet Teilnahme-Zertifikate so, dass sie attraktiv und gut zu teilen sind, ideal für soziale Netzwerke.

Umsetzung: Integriert Social-Media-Buttons direkt in die digitale Version des Zertifikats, sodass Teilnehmer sie mit einem Klick auf ihren Profilen teilen können. Achtet darauf, dass das Design im Bildformat gut aussieht und die Marke der VHS prominent darstellt.



2. Gruppenrabatte

Bietet finanzielle Anreize für Gruppen, die sich gemeinsam für Kurse anmelden.

Umsetzung: Entwickelt ein Rabattsystem, das einen Preisnachlass gewährt, wenn sich mehrere Personen zusammen anmelden. Bewerbt dieses Angebot in eurem Kursprogramm und auf der Website.



3. Bring-einen-Freund-mit-Tage

Schafft spezielle Tage, an denen Teilnehmer einen Freund zur Teilnahme an einer Kursstunde einladen können.

Umsetzung: Legt bestimmte Tage fest und kommuniziert diese frühzeitig über E-Mail und Social Media. Stellt sicher, dass Lehrkräfte und Kursleiter auf erhöhte Teilnehmerzahlen vorbereitet sind.



4. Partnerschaften mit lokalen Unternehmen

Kooperiert mit lokalen Unternehmen, um deren Mitarbeitern besondere Kursangebote zu machen.

Umsetzung: Identifiziert potenzielle Unternehmenspartner, entwickelt maßgeschneiderte Angebote für diese und nutzt bestehende Netzwerke zur Promotion der Angebote.



5. Feedback und direkte Empfehlungsaufforderung

Sammelt aktives Feedback am Ende jedes Kurses und ermutigt zufriedene Teilnehmer zur Weiterempfehlung.

Umsetzung: Integriert eine Feedbackrunde in die letzte Kurseinheit, nutzt positive Rückmeldungen, um die Teilnehmer jeweils um eine Empfehlung zu bitten - eventuell durch eine vorbereitete E-Mail oder Social-Media-Nachricht.



6. Empfehlungskarten

Verteilt physische oder digitale Empfehlungskarten, die Teilnehmer an Freunde und Familie weitergeben können.

Umsetzung: Erstellt ansprechend gestaltete Karten mit einem Rabattcode oder einem kleinen Anreiz. Stellt sicher, dass jeder Teilnehmer am Ende des Kurses eine Karte erhält.



7. Förderung von Lerngruppen

Ermutigt zur Bildung von Lerngruppen unter den Teilnehmern. Eventuell bietet es sich auch an, Freunde einzuladen, die Interesse am Thema haben.

Umsetzung: Bietet Räumlichkeiten oder Online-Plattformen an, wo Lerngruppen sich treffen können. Bewerbt die Idee in den Kursen und bietet eventuell Anreize für die Gründung neuer Gruppen.



8. Alumni-Veranstaltungen

Organisiert Veranstaltungen für Ehemalige, um das Netzwerk zu stärken und Bindungen zur VHS zu fördern.

Umsetzung: Plant regelmäßige Treffen oder Events speziell für ehemalige Teilnehmer. Nutzt diese Gelegenheiten, um die Community aktiv zu halten und indirekt zur Weiterempfehlung anzuregen.



9. Schnupperangebote auf Empfehlung

Bietet spezielle Konditionen für Neukunden, die durch eine Empfehlung zu euch kommen.

Umsetzung: Entwickelt ein Einführungsangebot, das Neukunden nutzen können, wenn sie von bestehenden Teilnehmern empfohlen werden. Verfolgt, welche Empfehlungen erfolgreich sind, um gezielt Werbemaßnahmen anzupassen.



10. Post-It-Feedbackwand

Erstellt eine interaktive Feedbackwand im Eingangsbereich, auf der Teilnehmer und Besucher ihre Eindrücke und Rückmeldungen mittels Post-Its hinterlassen können.

Umsetzung: Richtet eine gut sichtbare Wand oder Tafel im Eingangsbereich oder einem anderen stark frequentierten Bereich ein. Stellt Stifte und eine Vielzahl von Post-It-Notizen zur Verfügung.