

Interesse wecken - mit Leistungen überzeugen!

Akquise ist der direkte Weg zum Kunden. Eine Voraussetzung gibt es dafür allerdings: Die eigene Leistung muss dem Unternehmen, das man anspricht, einen wirklichen Nutzen bieten und damit Interesse wecken – am Telefon, auf Netzwerkveranstaltungen oder im persönlichen Verkaufsgespräch. Nur dann lässt sich die gewünschte Aufmerksamkeit erzielen. Dass was sich wie selbstverständlich anhört, wird in der Praxis häufig ignoriert. Und so denken viele bei dem Begriff Akquise an Callcenter-Anrufe oder an Verkäufer, die ihre Ansprechpartner nach dem Gießkannenprinzip auswählen und mit einem wahren Wortschwall in die Ecke drücken. Das hat mit erfolgreicher Akquise wirklich gar nichts zu tun. Denn: Wer mit potenziellen Kunden erfolgreich Kontakt aufnehmen will, muss diese Arbeit strategisch sorgfältig vorbereiten.

Die meisten bekommen weiche Knie, wenn Sie nur das Wort Akquisition hören und versuchen diese „lästige“ Tätigkeit bis zur letzten Sekunden aufzuschieben. Und statt einem strategischen Vorgehen sieht man dann oft hektisches Treiben. Es wird mal hier angerufen und dort eine Messe besucht, da ein Kontakt wieder aufgewärmt und dort Adressen für teuer Geld gekauft. Kurz: Es wird dies gemacht und jenes probiert - allerdings alles recht willkürlich und planlos. Das Resultat: Die Befürchtungen „Akquise bringt nichts“ bewahrheiten sich und die gewählten Maßnahmen verpuffen ohne den gewünschten Erfolg.

Die Alternative einfach abzuwarten ist aber auch nicht zu empfehlen. Es kann lange dauern, bis Ihr Wunschkunde Sie wahrnimmt und von selbst anruft? Wenn er es denn überhaupt tut und die Konkurrenz nicht schon vorher vorstellig geworden ist. Besser ist es, selbst aktiv zu werden und genau die Interessenten ansprechen, denen man einen wirklichen Nutzen bietet. An dem Punkt stoppen aber viele. Unzählige Befürchtungen bremsen das eigene Engagement ruckartig aus. Wie finde ich die Kunden, die zu meinem Unternehmen passen? Welche Akquiseform gibt es überhaupt und welche eignen sich? Und wie wecke ich wirkliches Interesse statt genervte Abwehr?

Dazu gilt es in einem ersten Schritt eine Strategie zu entwickeln. Eine Strategie, die klärt, welche Ziele Sie haben und mit welchen Möglichkeiten Sie diese erreichen können. Bevor Sie also loslegen sollten Sie u. a. folgende Punkte klären

- Was genau möchten Sie erreichen? Neue Kunden gewinnen, Interessenten ansprechen.
- Wer sind Ihre Zielkunden? Welche Branche, Inhaber geführte Unternehmen etc.
- Welche Akquise-Instrumente kommen in Betracht? Telefonakquise, Mailing, Vortrag/ Informationsveranstaltung, Messe, direkter Besuch

Eins allerdings vorweg. Meist reicht ein persönliches Gespräch, ein Telefonat oder ein Vortrag nicht aus, um einen Kunden für sich zu gewinnen. In der Regel sind zu 7- 9 Kontakte notwendig, bis ein Interessent kauft. Daher ist in vielen Fällen ein Mix der Akquise-Instrumente notwendig. So können eine gute Positionierung, ein Fachartikel in der Presse oder eine Informationsveranstaltung den Weg zu den Wunsch-Kunden bereiten.

Praxistipp:

Nutzen Sie Ihre erfolgreichen Projekte zur Ansprache von Ihren Wunsch-Kunden. Gerade für Dienstleister und Berater ist es so wichtig Ihre Leistung für den Kunden transparent und Nutzenorientiert darzustellen. Die Referenzprojekte zeigen Ihre Kompetenz und bieten eine gute Gesprächsgrundlage – denn, „sie berichten von Ihren Erfolgen!“

Beste Grüße

Christina Bodendieck

Mehr zu Akquise und Vertrieb finden Sie auf: www.akquise-plus-blog.de