



NEWSLETTER 08/2009

Jetzt ist die Zeit für die Neuprojekt-/Neukundenakquisition reif!

Es ist schon eigenartig was zur Zeit aus dem Markt zu hören ist. Da gibt es Firmen denen geht es gut und sie entlassen Vertriebsmitarbeiter. Und zwar solche, welche die Resultate in der Vergangenheit und auch jetzt in der wirtschaftlich anspruchsvolleren Zeit regelmässig erbracht haben. Die Begründung liegt darin, Kosten zu sparen. Da frage ich mich dann aber, wer in Zukunft die Erträge hereinbringt, welches jedes Unternehmen für das Überleben, respektive die Weiterentwicklung benötigt.

Ist es nicht gerade jetzt an der Zeit, neue Kunden, Märkte, Projekte anzugehen? Denn wenn die Märkte wieder einen Aufschwung erleben, dann sind die Positionen besetzt. Weshalb nicht jetzt die längst fälligen Arbeiten erledigen und sich für die Zukunft Marktanteile sichern?

Ich weiss, Kaltakquisition ist nicht jedermanns Sache, und es ist auch nicht so einfach. Nachstehend aber dennoch einige Hinweise, wie sich jeder von der Masse abheben kann.

Jeder kennt sie: Die störenden Anrufe, weil jemand im Unternehmen vorbeikommen möchte, um bei einem persönlichen Gespräch etwas stundenlang an Frau oder Mann bringen möchte.

Ausschlaggebend ist es daher, sich seriös vorzubereiten, um sich von der Menge abzuheben und gleich fesselnd wirkt. Eine Chance, die Vorzüge der eigenen Lösung zu präsentieren und den Kunden für sich zu gewinnen, hat nur der Verkaufsverantwortliche, der die erste Hürde überwindet: im Erstkontakt so zu überzeugen, dass es zum persönlichen Termin kommt.

Erfolgsentscheidend ist dabei nicht nur die Wahl des Ansprechpartners und des Zeitpunktes der Kontaktaufnahme, sondern auch, einen guten Anlass respektive Aufhänger zu finden und ein geeignetes Medium der Kontaktaufnahme zu wählen. Setzen sie sich also zuerst mit der Firma auseinander, um ein Argument zu finden.

Erfolgt die erste Ansprache über das Telefon, so erweist sich der Bezug auf einen aktuellen Bedarf des Gesprächspartners als erfolgversprechend. Über 50 Prozent der angesprochenen Personen fühlen sich zur Vereinbarung eines Erstbesuchstermines motiviert.

Welche Argumente einen Interessenten/Kunden neugierig macht, hängt auch davon ab, an wen respektive an welche Abteilung der Verkäufer seinen Anruf richtet. Heute sind es meist die Fachabteilungen oder die Geschäftsleitung, welche ihre Bereiche mit guten, neuen Lösungen optimieren wollen.

Der Erfolg der Telefonakquisition hängt auch davon ab, dass der Anbieter einen guten Zeitpunkt für die Ansprache wählt, also verschieben Sie doch Ihren Anruf von 11.59 Uhr auf den Nachmittag. So überlege ich mir immer wieder, wenn ich dieser Kunde wäre, wann wäre ich am besten empfänglich für einen solchen Anruf. Somit terminiere ich meine Kaltakquise-Telefonate sehr gezielt und individuell, spezifisch genau auf diesen Interessenten ausgerichtet.

Dieses Vorgehen bedeutet sicher einiges an Vorbereitungsarbeit. Natürlich kann ich mit dieser Art des Vorgehens nicht Dutzende Anrufe pro Tag durchführen. Aber braucht es denn tatsächlich so viele? Dies unter dem Aspekt, dass mit mir bei korrektem Vorgehen über 50% der angerufenen Personen einen Erstkontaktbesuch vereinbaren?

In diesem Sinne viel Erfolg bei der Neuprojektakquisition und freundliche Grüsse,

Daniel J. Schwarzenbach

ANALYSE – Analysieren Sie in einigen Minuten Ihren Verkaufsprozess und Sie erhalten die neuste Studie über die Erfolgsfaktoren im B2B-Verkauf.

[Analyse starten](#)

Präsentations-Fibel – Ein Leitfaden zur Vorbereitung, Strukturierung und Durchführung von professionellen Präsentationen.

Erfahren Sie mehr darüber unter www.fibeln.com

Sollen in der Zukunft keine Newsletter mehr gesendet werden, dann bitte kurze E-Mail zukommen lassen an die Adresse: info@nautilus-nine.com mit dem Vermerk „Aus Newsletter-Liste streichen“