

Professionelle Akquisition

Expandieren durch Neukundengewinnung

Selbst viele Profiverkäufer flüchten vor der Akquisition. Es gibt ja auch „gute Gründe“ dafür. Zu viele Bestandskunden oder lieber 10.000 Briefe mit Direkt-mail versenden (statt einmal telefonieren). Die Akquisitionsstrategie, den Gesprächsleitfaden zu kennen und zu wissen, wie man auf Fragen der Neukunden reagieren kann, macht stark. Die richtige Vorbereitung auf das Telefonat gibt die nötige Sicherheit. Den Nutzen, den man dem Kunden bringt, zu kennen gibt das Selbstbewusstsein und macht gute Laune.



Seminarziel

Die Teilnehmer

- lernen die Argumentationslagen am Markt, die Argumente gegenüber Wettbewerbern und die wirksamsten Firmen Argumente kennen und in der Akquisition anzuwenden
- stellen einen individuellen Akquisitionsplan auf
- bereiten sich professionell auf die Kaltkontakte vor
- reagieren auf Einwände in der telefonischen Kontaktaufnahme professionell
- werden in Kaltkontakten am Telefon erfolgreicher
- führen die Nachverfolgung von Kontakten professionell durch
- präsentieren sich und die Firma professionell
- können die persönlichen Erstgespräche erfolgreich führen
- erkennen Ihre persönliche Wirkung am Telefon und in persönlichen Erstkontaktgesprächen und verbessern diese

Inhalte

- Argumentationslage am Markt, Argumentationsvorteile gegenüber dem Wettbewerb, die Wirksamsten Firmen - Argumente
- Strategische und inhaltliche Vorbereitung
- Gute Stimmung als Basis
- Überzeugende Argumentation am Telefon
- Einwandbehandlung in der Akquisition
- Nachverfolgung von Kontakten
- Kundengespräche vereinbaren
- Erste persönliche Gespräche mit Neukunden
- Vertrauensbildung und Positionierung
- Präsentation der Firma und Produkte
- Akquisitionstelefonate und Persönliche Erstkontaktgespräche aus dem Arbeitsalltag der Teilnehmer
- Erfolgscontrolling

Methoden

- Lehrgespräch
- Gruppenarbeit
- Rollentraining
- Feedback-Runden

Organisation

- Zielgruppe
 - Vertriebsmitarbeiter

Konsequentes Nachverfolgen der Kontakte

Die Ängste der Verkäufer

Viele Verkäufer befürchten, den zu akquirierenden Kunden dadurch zu verlieren, dass sie durch zu häufiges oder zu frühes anrufen penetrant wirken. Wie oft haben Sie von den zu akquirierenden gehört, dass Sie zu oft anrufen oder zu sehr drängen? Wie oft haben Sie selbst schon den Eindruck gehabt, zu nervig zu sein?

Aber auch durch mangelnde Aktivität des Verkäufers gehen Kunden verloren. Wie oft haben Sie schon erlebt, dass der zu akquirierende Kunde gerade erst die Entscheidung über seine Anlagestrategie gefällt hat?



Der richtige Zeitpunkt

Der einzige, der genau weiß, wann der richtige Zeitpunkt zum Nachfassen ist, ist der zu akquirierende Kunde selbst.

Deshalb endet jedes Gespräch mit der Frage nach dem richtigen Zeitpunkt für das nächste Gespräch.

P.S.: Was hat Ihr Neukunden davon, wenn Sie zum richtigen Zeitpunkt anrufen?

Die Vorbereitung

Der optimale Zeitpunkt für die Vorbereitung des nächsten Gespräches mit dem Neukunden ist direkt im Anschluss an Ihr heutiges Gespräch mit ihm. Die Inhalte des heutigen Gespräches (Small Talk, Gründe für den richtigen Zeitpunkt des nächsten Gespräches...) sind jetzt am lebendigsten. Kurze Stichworte und komplett vorformulierte Sätze erleichtern Ihnen den Gesprächseinstieg beim nächsten Gespräch erheblich.

Sich dem Kunden verpflichten

Nach „langer“ Zeit beim zu akquirierenden Kunden wieder anzurufen fällt vielen Verkäufern schwer. Nicht selten werden im Timer eingetragene Wiedervorlagetermine Woche um Woche verschoben. Helfen Sie sich selbst, diese Termine einzuhalten. Nichts ist wirksamer, als sich dem Kunden gegenüber zu verpflichten, zu einem bestimmten Termin wieder anzurufen. Termintreue kann Ihr Neukunde nur als Zuverlässigkeit, nicht als Aufdringlichkeit interpretieren.

Beispielseite aus dem Arbeitsbuch für die
Seminarteilnehmer