

Tipps und Ratschläge für den Vertrieb



Thema: Hinweise zur Kundengewinnung

Oktober 2006

Autor : Bernd Conrad

Die Kundengewinnung und damit verbunden der wirtschaftliche Erfolg einer Unternehmung hängt von vielen betrieblichen und persönlichen Faktoren ab. Nach Einschätzung vieler Experten gibt es jedoch typische Fehler und Probleme:

- **Anlaufzeit falsch kalkuliert:**
Kunden in ausreichender Zahl stellen sich für die meisten Unternehmen erst nach einiger Zeit ein. Wer also Produkte oder Dienstleistungen am Markt etablieren will, braucht einen langen Atem - im Durchschnitt für mehrere Jahre.
- **Verkauf vernachlässigt:**
Viele Gründer lassen den Verkauf schleifen. Gründe: Viele sind fachliche oder technische Experten. Sie richten ihre Aufmerksamkeit und Energie begeistert ausschließlich auf das Angebot. Der Verkauf wird vernachlässigt und in manchen Fällen sogar als unbequem oder gar lästig empfunden.
- **Zu früh am Markt:**
Viele Unternehmen schießen beim Versuch, Kunden so schnell wie möglich zu „bedienen“, übers Ziel hinaus. Die Zeit, die benötigt wird, ein Angebot „kundenfähig“ zu machen, wird dabei nicht selten unterschätzt.
- **Fehlendes oder unzureichendes Marketingkonzept:**
Die meisten Gründer-Business-Pläne enthalten zwar Gedanken zu „Markt und Marketing“. Die hier enthaltenen Ausführungen sind jedoch oft vage. Die Themen „Akquisition“, Vertrieb und „Werbung“ bedürfen einer weiteren Konkretisierung.
- **Kein Geld für Marketing:**
Vielfach ist die Finanzdecke für ein professionelles Marketing mit konsequenter Kundenansprache zu dünn. Dabei sind junge Unternehmen in besonderer Weise gezwungen, Marketing zu betreiben. Bekanntermaßen ist das Gewinnen von Neukunden und der Aufbau eines Kundenstamms aufwändig.
- **Falsche Personalentwicklung:**
Viele junge Unternehmen investieren beim Personal lieber in Fachleute mit fachlich-technischer Qualifikation als in eine professionelle Besetzung von Marketing und Verkauf.
- **Falsche Kundensuche:**
Viele Gründer und junge Unternehmen suchen den Kunden ausschließlich in der Region, der Blick vor allem auf überregionale Märkte bleibt aus. Oftmals – gerade in der Frühphase – kein Problem. Bei technologischen Nischenunternehmen allerdings ist es fatal, die überregionalen Märkte nicht zu berücksichtigen.

Tipps und Ratschläge für den Vertrieb



Thema: Hinweise zur Kundengewinnung

Oktober 2006

Autor : Bernd Conrad

Fortsetzung

➤ **Kundenakquise blockiert:**

Erste Aufträge binden häufig die betrieblichen Kapazitäten und blockieren physisch und mental eine kontinuierliche Kundensuche. Häufige Folgen sind Auftragslöcher, Ertragseinbrüche und nicht selten auch die Insolvenz des Unternehmens.

➤ **Zu intensive Kundensuche:**

Wer umgekehrt zu viel Zeit für die Kundensuche verwendet, dem bleibt zu wenig Zeit für Bestandspflege. So kann unter dem Zwang, neue Aufträge von neuen Kunden zu bekommen, die Zufriedenheit der mühsam schon gewonnenen Kundschaft gefährdet werden.

➤ **Schlechte Arbeitsergebnisse durch Überforderung:**

Gerade in der Aufbauphase kommt es immer wieder zu einer Überforderung von Unternehmer und Mitarbeitern. Mangel an Zeit und Konzentration führen zu schlechten Arbeitsergebnissen. Darunter leidet vor allem die Kundenbindung.

Quelle : bvmi.de