

Tipps und Ratschläge für den Vertrieb



Thema: Neukundengewinnung

August 2006

Autor : Bernd Conrad

Der richtige strategische Ansatz zur Neukundengewinnung spart Geld, Zeit und viele negative Erfahrungen in der Praxis.

Die folgende Checkliste gibt Ihnen einen ersten Überblick über die wichtigsten Punkte:

- Versuchen Sie bei Ihren Gesprächspartnern herauszufinden, welche Kompetenz sie haben.
- Klären Sie Branche, Beschäftigte und Umsatz des Kunden. Die Zahl der Beschäftigten und die Höhe des Kundenumsatzes lassen Ableitungen zu Potenzial und Marktposition zu.
- Dem Herstellungs- und Lieferprogramm können Sie auch entnehmen, ob Ihr möglicher Neukunde in attraktive Märkte liefert.
- Halten Sie Informationen wie Hobbys, Geburtstage, Jubiläen usw. fest. Die emotionale Kommunikation kann durch das persönliche Interesse an den Neigungen des Gesprächspartners positiv beeinflusst werden.
- Versuchen Sie herauszufinden, welches Potenzial der Kunde hat, möglichst getrennt nach Ihrem Angebotsprogramm (Produkte, Warengruppen usw.).
- Vermitteln Sie Ihrem Kunden, dass Sie sich als sein Erfolgs-Coach bemühen, attraktive Problemlösungen anzubieten und ihn zu begeistern.
- Versuchen Sie herauszufinden, welche Ziele der Kunde verfolgt und wie Sie helfen können, dass der Kunde seine Ziele erreicht. Erfolgsformel: Kundenbegeisterung statt Verkaufssteigerungspläne.
- Überlegen Sie gemeinsam, welche strategischen Erfolgsfaktoren bei diesem Kunden am schnellsten und dauerhaft zum Erfolg führen.
- Welche Konkurrenten sind bereits im Geschäft? Wer kämpft gegen Sie um die Anteile?
- Ein Sprichwort sagt "Erst das Tun verändert die Welt". Projektieren Sie die geplanten Aktivitäten und Maßnahmen ein und legen Sie den verantwortlichen Bearbeiter sowie den Termin fest. Prüfen Sie immer wieder, ob Sie noch auf dem richtigen Pfad zum Ziel sind, oder ob Sie Ihre Strategie ändern müssen. Gerade bei arbeitsintensiven Projekten ist es wichtig, immer wieder alles auf den Prüfstand zu erheben.