# Akquise-Leitfaden

## für Dienstleister, Experten und Coaches

### In 5 Schritten zu neuen Kunden!

akquise plus

# Akquise-Leitfaden

## für Dienstleister, Experten und Coaches

akquise plus

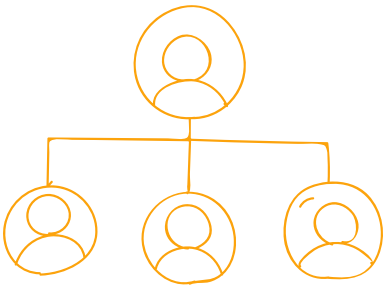
## In 5 Schritten zu neuen Kunden!

### 1. Innere Haltung

Wie stehen Sie zu Akquise und Verkauf? Ist es etwas, was Ihnen Freude macht, und brennen Sie darauf, endlich loszulegen? Oder überwiegt die Angst vor Ablehnung und vor dem Nein des Kunden? Um der Angst vor der Kaltakquise und der drohenden Ablehnung des Kunden ein Schnippchen zu schlagen, hilft eine gute Vorbereitung und das Wissen darum.

### 2. Stärken fokussieren

Was können Sie besonders gut? Wo haben Sie herausragende Kenntnisse, Erfahrungen und Wissen, von denen potenzielle Kunden profitieren können und die Sie in Ihre Akquise-Strategie einfließen lassen können? Arbeiten Sie Ihre Stärken heraus und machen Sie sich diese bewusst.



### 3. Ideale Kunden definieren

Wer ist Ihr Wunsch- oder Idealkunde? Nutzen Sie verschiedene Kriterien zur Bestimmung der idealen Kunden, z. B. Branche, Unternehmensgröße, privat/gewerblich, regional/national/international, persönliche Vorlieben, Alter, Geschlecht etc.

### 4. Kundenbedürfnisse beschreiben

Um die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden wecken und Vertrauen aufbauen zu können, sollten Sie wissen, wo Ihr Kunde steht, was seine Bedürfnisse sind und wie Sie ihn dabei unterstützen können, seine Herausforderungen zu meistern. Informieren Sie sich vorher über Ihren Idealkunden: Wer ist Ihr Ansprechpartner, vor welchen Aufgaben steht er und wie kann er durch Ihre Lösung seine Ziele besser erreichen? Zeigen Sie, welches Kundenproblem Sie lösen, wofür Sie stehen und womit Sie als Experte nach außen sichtbar werden. Überlegen Sie sich aus Sicht der einzelnen Kunden, welchen Nutzen sich diese von Ihrem Produkt versprechen. Auf welche konkreten Probleme können Sie ihnen eine oder mehrere Lösungen anbieten?

# Akquise-Leitfaden

## für Dienstleister, Experten und Coaches

akquise plus

## In 5 Schritten zu neuen Kunden!

### 5. Wege zu Ihren Kunden

Welche Wege der Kundenansprache passen perfekt zu Ihnen, Ihrem Produkt und Ihren Ansprechpartnern? Sie können viele Wege beschreiten und miteinander kombinieren:

#### • Anschreiben

Möchten Sie schriftlich Kontakt aufnehmen, ist es hilfreich, im Vorfeld genau zu recherchieren, wo dem potenziellen Kunden der Schuh drückt – so können Sie punktgenaue Lösungen anbieten. Zeigen Sie auf, wie der Kunde durch die Zusammenarbeit profitiert und wie genau er seine Herausforderung meistern wird. Sie können das Anschreiben mit einem Response versehen, damit Ihr Kunde Ihnen leichter antworten kann. Oder Sie kündigen einen folgenden Telefontermin an.

#### • Telefonische Kontaktaufnahme

Für das Telefonieren ist wichtig, dass Sie im Vorfeld den Namen und die genaue Position Ihres Ansprechpartners recherchiert haben. Sind Sie optimal auf das Telefonat vorbereitet? Hilfreich ist ein Telefonskript mit einem Einstiegssatz, der echtes Interesse weckt und mit positiven Argumenten für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung wirbt. Wichtig ist, dass Sie sich vorher informieren, ob Sie den Ansprechpartner auf diesem Wege kontaktieren dürfen. Mehr Informationen dazu finden Sie im Telemediengesetz.

#### • Online

Möchten Sie über Ihre Onlinepräsenz potenzielle Kunden auf sich aufmerksam machen? Dann setzen Sie die Kundenbrille auf und überprüfen Sie Ihr Leistungsangebot aus Kundensicht. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Website gut ausgerichtet ist. Mit welchen Keywords wird nach Ihrer Leistung gesucht? Unter welchen Suchwörtern wird Ihre Leistung angezeigt? Lassen Sie Ihre Website entsprechend dieser Keywords optimieren. Wird ganz klar deutlich, was ein Kunde bei Ihnen bekommt, wie Sie ihn unterstützen können und was er davon hat? Beschreiben Sie Ihre Leistung transparent und leicht verständlich. Überprüfen Sie Ihre Sichtbarkeit und zu welchen Themen Sie sich positioniert haben. Zusätzlich können Sie über einen Newsletter punkten. Achten Sie darauf, dass die Inhalte informativ und hilfreich sind. Dann hinterlassen Ihre Websitebesucher Ihnen gern Ihre Daten (Name, E-Mail). Um Interessenten rechtssicher auf Ihrer Website einzusammeln, nutzen Sie ein Opt-in-Verfahren.

## • Fachmessen

Kommen Sie in direkten, persönlichen Kontakt auf Fachmessen. Mit einer guten Vor- und Nachbereitung können Sie wertvolle Kontakte knüpfen – sowohl als Aussteller als auch als Besucher. Sie können im Vorfeld Gesprächstermine vereinbaren und so in entspannter Atmosphäre Erstgespräche führen.

## • Vorträge / Webinare

Zeigen Sie Ihr Know-how auf Vorträgen und in Webinaren. Bieten Sie Lösungen und Impulse für potenzielle Kunden an, punkten Sie mit fachlichem, spezialisierten Wissen und bauen Sie Vertrauen auf.

## • Social Media

Nutzen Sie Social-Media-Kanäle wie XING, Facebook, Twitter etc., um Ihre Expertise zu zeigen. Hier sind die Möglichkeiten der wirkungsvollen Kundenansprache vielfältig, der Zeitaufwand sollte jedoch nicht unterschätzt werden.

## • Experten-Netzwerke

Kooperieren Sie in einem Experten-Netzwerk. Solche Zusammenschlüsse haben oft den Vorteil, dass Sie Ihre Produktpalette erweitern können und gemeinsam umfangreiche Kundenaufträge bearbeiten können. Sie sehen: Es gibt unzählige Wege, eine funktionierende Akquise-Strategie umzusetzen. Am besten mit einem roten Faden, der all Ihre Akquise-Tätigkeiten bündelt, damit Sie Zeit sparen und in andere Tätigkeiten investieren können.

Ich zeige Ihnen, wie Sie regelmäßig mehr Kunden gewinnen, erfolgreich verkaufen und Ihr Geschäft zum Wachsen bringen.

Christina Bodendieck
Akquise- und Verkaufstrainerin
www.akquise-plus.de

akquise plus

Wenn Sie Unterstützung bei der Entwicklung Ihrer individuellen Akquise und Verkaufsstrategie möchten, bewerben Sie sich hier für ein kostenfreies Strategiegespräch:

http://www.akquise-plus.de/akquise-strategie-tag-anmeldung-vorgespraech/