



Kundengewinnung, ein Erfahrungsbericht

Vorbereitung und Durchführung von Kundengesprächen

Es gibt Zeiten, wo ich gut telefonieren kann und Zeiten, wo ich Kunden gut erreichen kann. Die beiden Dinge muss ich unter einen Hut bringen.

Ja zu einem persönlichen Termin hat ein Kunde schon mal zu mir gesagt, gern, aber morgens um 6, da habe ich Zeit. Er war 2 Stunden von mir entfernt, aber ich stand morgens um 6 auf der Matte. Ein anderer Kunde hat mir mal gesagt, ich kann gerade nicht, rufen Sie mich Ende nächsten Jahres wieder an. Das habe ich gemacht, das ist ein schöner Auftrag geworden. Ob es wohl geklappt hätte, wenn ich ihm vorher auf die Nerven gegangen wäre?

Kunden auf die Nerven gehen

Kunden auf die Nerven gehen bringt nichts Nachhaltiges, das machen die Anrufer, die mir immer wieder Gold oder Aktien verkaufen wollen. Das sind Anrufe ohne Sinn und Verstand. Oder die, die mir ein Konzept zur mehr Neukunden anbieten wollen, weil sie mein Profil so interessant finden. In meinen Profilen steht, dass ich Vertriebskonzepte mache. Wenn ich Neukundengewinnung von externer Seite brauchte, könnte ich mein Konzept gleich in die Tonne hauen. Diese Anrufer haben also mein Profil garantiert nicht gelesen. Trotzdem schein Kaltakquise in Teilbereichen erfolgreich zu sein, sonst würde es nicht gemacht. Mir erzählte mal ein Organisationsberater, dass er 800 Telefongespräche für einen Auftrag braucht, vielleicht ist das so ein schmerzhafter Weg. Mein Weg macht so viel Spaß, dass ich ihn gern gehe.

Kontakte führen zu Kundengesprächen

Das Geheimnis sind nicht Kundengespräche, das Geheimnis sind Kontakte. Habe ich genügend Kontakte, kann ich viel entspannter Kundengespräche führen. Wenige Kontakte erzeugen automatisch mehr Druck in mir, weil die Abschluss Quote steigen muss, damit ich erfolgreich bin. Das merkt mein potenzieller Kunde und das bringt mich in eine schlechtere Position. Zuwenig Vertriebler beschäftigen sich mit Kontaktgenerierung.

Dabei wird nicht jeder Kontakt ein Auftrag. Es kann ohne weiteres sein, dass sich in einem Verkaufsgespräch herausstellt, dass mein Gegenüber meine Leistung im Moment gar nicht braucht. Die klassische Regel heißt hier 100 Kontakte führen zu 10 Gesprächen zu 3 Angeboten und zu einem Auftrag. Aber auch diese Gespräche können, wenn es gut läuft, zumindest zu einer Empfehlung führen. Gerade erst habe ich einen Auftrag bekommen: Der Kontakt stammt aus einem Vortrag, den ich vor 10 Jahren gehalten habe. Das ist eher Zufall, aber hätte ich diesen Vortrag nicht gehalten, wäre es nicht passiert.

Gute gezielte Kontaktgenerierung kann diese Quote noch erheblich verbessern. Diese Erkenntnis hat bei mir schon zu vielen Aufträgen geführt. Aber so eine Erkenntnis braucht Kontinuität in den Maßnahmen, um neue Kontakte zu gewinnen. Ein von mir aufgebautes Netzwerk aus dem Bereich Energieeffizienz hat mittlerweile fast 8.000 Mitglieder, daraus ziehe ich vielfältigen Nutzen. Das hat zwar 15 Jahre gedauert, doch wie sagt ein asiatisches Sprichwort so schön: Die beste Möglichkeit, einen Baum zu pflanzen, ist vor 100 Jahren. Die Zweitbeste ist, es heute zu tun.

Intelligenz, Erfahrung, Ausbildung

Verkaufsgespräche brauchen einen gemeinsamen Nenner oder ein gemeinsames Ziel. Natürlich gibt es auf Menschen, die sich bei Verkaufsgesprächen eher unbeholfen anstellen. Aber wenn sie ein gutes Produkt haben, und sie treffen auf einen intelligenten und/oder erfahrenen und/oder gut ausgebildeten Einkäufer, werden sie verkaufen. Der intelligente und/oder erfahrene und/oder gut ausgebildete Verkäufer wird nur den Bedarf des Kunden eher konkretisieren können, somit eher zum Zuge kommen, und einen besseren Preis realisieren. Neben der Lust am Job helfen also Intelligenz, Erfahrung und Weiterbildung. Das eine sollte in jedem Menschen vorhanden sein, das Zweite kommt mit der Zeit und das Dritte gehört in jede persönliche Prioritätenliste.

#Verkaufsgespräche #Kundenkontakte #Kundengewinnung #Strategie #königskonzept

#königskonzeptblog