



Sechs Tipps, um sofort leichter und erfolgreicher neue Kunden zu gewinnen

Ein Leitfaden von Tim Cortinovis

Akquise ist einfach und macht Spaß. Das glauben Sie nicht? Wahrscheinlich nicht, sonst hätten Sie wohl nicht diesen Leitfaden heruntergeladen. Lesen Sie diese sechs Tipps durch und lassen sich überraschen. Häufig sind es die Kleinigkeiten, die eine Unternehmung leicht und einfach machen.

Wenn Menschen ihre innere Einstellung ändern, können sie auch die äußeren Umstände ihres Lebens ändern.

William James (1842 - 1910), US-amerikanischer Psychologe und Philosoph

Tipp 1: Was ist Ihre größte Hürde auf dem Weg zum richtigen Ansprechpartner?

Vermutlich sagen Sie jetzt „Die Sekretärin“. Was ist eigentlich die Aufgabe einer Assistentin am Telefon? Sie soll für ihren Chef oder ihre Chefin die wichtigen von den unwichtigen Gesprächen filtern.

Haben Sie ein spannendes Angebot? Lösen Sie wichtige Probleme für Ihre Kunden? Dann sind sie auch ein wichtiger Gesprächspartner und haben etwas zu bieten (das müssen Sie natürlich noch gut verpacken - wie das geht, erfahren Sie in Tipp 6). Also, Sie sind ein interessanter Anrufer. Jetzt geht es darum, dass Sie die Assistentin oder den

+ 49 162 66 40 505

post@cortinovis.de

cortinovis.de



Assistenten um Mithilfe bitten. Treten Sie freundlich und verbindlich auf und machen Sie sich die Assistentin zur Verbündeten. Fragen Sie tatsächlich „Ich bräuchte einmal Ihre Hilfe“ oder „Könnten Sie mir bitte behilflich sein?“. Das ist vor allem dann wichtig, wenn Sie überhaupt nicht wissen, mit wem Sie sprechen müssen. Sind Sie sicher, dass das der Chef ist? Vielleicht entscheidet jemand anderes, legt seiner Chefin nur noch den Vertrag vor und sie unterschreibt. Wenn Sie die Assistentin nicht fragen, werden Sie nie erfahren, wer dieser Entscheider ist. Und lassen Sie sich das Gespräch entwickeln. Fallen Sie nicht mit der Tür ins Haus. Vielleicht ist auch die Sekretärin schon die richtige Ansprechpartnerin. Wer weiß, ob sie nicht die Vorauswahl trifft. Fragen Sie sie einfach.

Tipp 2: Sie sind eine Bereicherung

Jetzt haben Sie schon gesehen, dass Sie der spannende Anruf sind. Sie bieten mit Ihrem Angebot einen Mehrwert. Jeder, der für sein Unternehmen Waren und Dienstleistungen einkauft ist IMMER auf der Suche nach guten Angeboten und das bezieht sich meistens gar nicht mal auf den Preis. Wenn Sie also etwas anbieten können, das sich von Ihrem Wettbewerb abhebt, sind Sie interessant. Und wenn Sie etwas haben, das sich nicht vom Wettbewerb abhebt, dann suchen Sie sich einen einzelnen Punkt, ein einzelnes Feature heraus, das spannender als bei Ihrem Wettbewerb ist und sprechen darüber.

+ 49 162 66 40 505

post@cortinovis.de

cortinovis.de



Tipp 3: Der sicherste Weg zum Auftrag

Fragt ein Talmudschüler den Rabbi:

"Rabbi, darf ich beim Studieren der

Thora, des heiligen Buches, rauchen?"

Der Rabbi verneint entrüstet. Fragt ein

anderer: "Rabbi, darf ich beim Rauchen

die Thora studieren?"

"Ja, selbstverständlich! Die Thora sollte man in allen Lebenslagen studieren."

Jüdischer Witz

Was meinen Sie, woran die meisten Aufträge scheitern? Nein, es ist nicht der Preis oder der Unwille des Kunden. Es liegt daran, dass die Verkäufer schlicht nicht nach dem Auftrag fragen. Wir alle haben innerlich Angst, abgelehnt zu werden. Und bevor sie sich ein „Nein“ holen, bleiben sie lieber in der Ungewissheit. Damit aber beschäftigen sie sich viel zu viel Zeit mit Leads und vermutlichen Aufträgen, die gar nichts mehr werden können. Klären Sie das und stellen Sie dem Kunden die konkrete Frage „Wann kommt der Auftrag?“ Wenn Sie diese Frage so offen stellen, dann werden Sie auch erfahren, ob es noch Hindernisse auf diesem Weg gibt. Vielleicht hat noch ein weiterer Beteiligter des Buying Centers Bedenken, oder es gibt gerade tatsächlich kein Budget für Ihr Angebot. Das alles können Sie mit einer simplen Frage erfahren und dann entsprechend der Touch-Turn-Talk-Methode darauf reagieren.

Tipp 4: Wie lautet Ihr erster Satz?

Sie wissen, dass dieser Satz entscheidet, ob das Gespräch weiter geht oder ob Sie gleich einhängen und die nächste Nummer wählen. Was ist bislang Ihr erster Satz? Probieren Sie doch einfach mal bei jedem Gespräch einen neuen Satz, schreiben ihn hinterher in Ihr Labortagebuch zusammen mit der

TIM CORTINOVIS

Experte für Erstkontakte

+ 49 162 66 40 505

post@cortinovis.de

cortinovis.de



Information, ob er erfolgreich war (In das Labortagebuch sollten Sie alles aufschreiben, was Sie ausprobieren und ob es erfolgreich ist. Nur so können Sie über die Zeit die erfolgreichen Dinge verstärken und die weniger erfolgreichen Dinge vernachlässigen).

Kennen Sie diesen peinlichen Moment, wenn Ihrem Gegenüber klar wird, dass Sie ein Vertriebsgespräch führen und sagt „Ach, Sie wollen uns etwas verkaufen?“. Vielleicht probieren Sie einmal diesen Satz aus: „Hallo, guten Tag. Ich rufen Sie an, da ich Sie gerne als Kunden gewinnen möchte.“. Damit ist von Anfang an klar, was Sie möchten. Und da gilt dann das Motto der amerikanischen Linguistin Deborah Tannen „Warum sagen Sie nicht, was Sie meinen?“

Tipp 5: Der Elevator Pitch: Ihre Kurzpräsentation

Und jetzt eine Übung. Hier nehme ich lieber den amerikanischen Begriff. Fahrstuhl-Wettbewerb klingt komisch. Also, die Idee: Sie treffen im Fahrstuhl, am Buffet, in der Warteschlange des Check-Ins oder wo-auch-immer einen wichtigen Entscheider, eine wichtige Entscheiderin. Und jetzt haben Sie drei Sätze, die über Sieg oder Niederlage entscheiden. Gong.....Vielleicht bekommen Sie sogar die richtig gute Vorlage „Was machen Sie denn eigentlich so beruflich?“. Falls nicht, stellen Sie einfach die Frage. Ihr Gegenüber wird sie Ihnen dann vermutlich auch stellen. Dieser Elevator Pitch ist wie ein guter Werbespot. Kurz, berührend und er macht neugierig. Denken Sie etwa an Apple für den ersten iPod:

„Tausend Songs in Deiner Tasche“

Das ist das, was die Menschen haben wollten und kein 5x6 cm großes Plastikgehäuse mit 25GB-Festplatte. Schreiben Sie jetzt drei Sätze, die den

+ 49 162 66 40 505

post@cortinovis.de

cortinovis.de



Nutzen Ihres Angebotes für Ihren Kunden auf den Punkt bringen.

Tipp 6: So werden Sie unwiderstehlich

Wie werden Sie unwiderstehlich? Dazu stellen Sie sich doch einfach mal die Frage, was Sie selber spannend finden. Es sind wahrscheinlich die unbekannteren und neuen Tatsachen, die Sie aufhorchen lassen. Oder etwas, das eine dringende Herausforderung löst. Warum haben Sie diesen Leitfaden heruntergeladen? Was hat Sie an der Ankündigung angesprochen? Und so können auch Sie Ihren Auftritt spannend gestalten. Überlegen Sie, welche große Herausforderung Ihres Kunden Sie lösen. Wo drückt ihm oder ihr der Schuh? Und das rücken Sie in den Vordergrund. Oder Sie suchen in Ihrem Unternehmen nach spannenden Geschichten. Welche Referenzen erzählen Sie? Was erzählen Sie auf einem Stehempfang? Wenn Sie das verdichten können haben Sie auch die Geschichten, die Sie in der Akquise einsetzen können.

Viel Erfolg bei der Akquise, bleiben Sie spannend!
Wenn Sie Fragen haben rufen Sie gerne unter
Telefon 0162 – 66 40 505 an oder senden eine E-
Mail an post@cortinovis.de.

+ 49 162 66 40 505

post@cortinovis.de

cortinovis.de