

## Kleine Entscheidungshilfe

**Sie sind sich noch nicht sicher, ob sich Ihre Investition auch tatsächlich rechnet? Ihr Bauch sagt ja, aber Ihr Kopf kennt noch nicht den konkreten Handlungsbedarf?**

- ! Analysieren Sie die Zahlen, Daten und Fakten und ermitteln Sie die Quote der Kundenverluste.
- ! Überprüfen Sie mit kritischem Blick Ihren „Werkzeugkasten“. Bewerten Sie die Professionalität Ihres gesamten „Antritts“ aus der Sicht Ihrer potenziellen Neukunden.
- ! Checken Sie, ob Ihre Akquisitionsstrategie aus vernetzten Maßnahmen besteht oder auf den Erfolg eines einzelnen Kontaktes setzt.
- ! Bitten Sie Ihre Verkaufsprofis um Feedback. Finden Sie heraus, wo deren Schuh am meisten drückt.
- ! Befragen Sie Ihre Kunden.
- ! Setzen Sie das Thema auf die Agenda Ihres nächsten Team-Meetings.

**Sie können natürlich auch zum Telefonhörer greifen, weitere Informationen per E-Mail anfordern, sich auf unserer Internetseite informieren oder uns zu einem Gespräch einladen. Wir kommen gern!**

## Ihre Trainer



### **Mike Weccardt (47),**

Spezialist für die Themen Unternehmensführung, Restrukturierung und Neukundengewinnung.

Über 15 Jahre lang war Mike Weccardt in Geschäftsleitungspositionen für Verkauf, Marketing, E-Commerce und Einkauf namhafter Unternehmen verantwortlich. Er hat für einige der ganz Großen im und um den Einzelhandel gearbeitet, u. a. für Nike, Douglas und Ernsting's Family. In all dieser Zeit war für Mike Weccardt die ständige Neukundenakquisition eine der wichtigsten Stellgrößen der Unternehmensführung, da sich im immer härter werdenden Verdrängungswettbewerb Wachstum nur über Kundengewinnung erzielen lässt.



### **Rolf Schreiter (50),**

Spezialist für Verkaufstraining, Führungskräfteentwicklung und Neukundengewinnung.

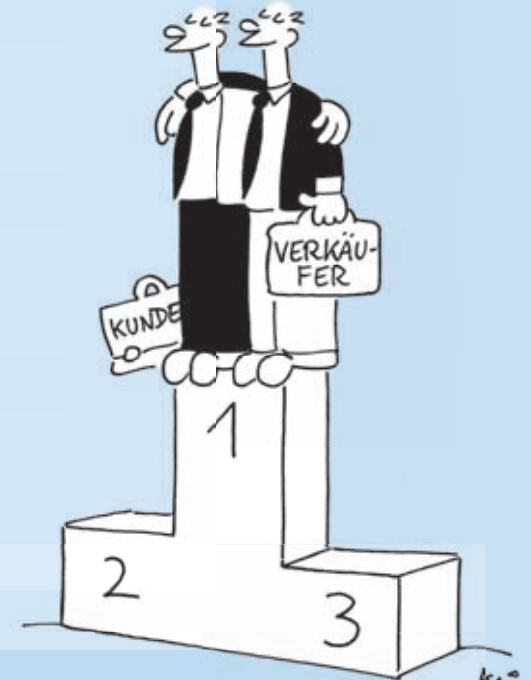
Rolf Schreiter war Verkäufer, Key-Account Manager und Verkaufsleiter. Er startete seine Trainerlaufbahn 1990 bei „Camel“, arbeitete u. a. als Trainingmanager für Nike Central Europe und war bis zu seiner Selbständigkeit nationaler Trainingmanager von Coca-Cola, wo er für die fachliche Führung eines 30-köpfigen Trainerteams verantwortlich war.

Neukundengewinnung ist für uns beide das spannendste Trainingsthema überhaupt, weil der Erfolg direkt messbar und damit nachweisbar ist.



Seminarvorstellung

## Neukunden- gewinnung



Mit System neue Kunden gewinnen  
– hocheffizient und kostengünstig



## Neukundengewinnung

Schon allein das Wort „Kaltakquisition“ klingt in vielen Verkäuferohren verdächtig nach „Inquisition“. Mühselige und leidvolle Ablehnungserfahrungen führen schnell zur fast vollständigen Lähmung.

Die notwendige und überlebenswichtige Neukundengewinnung verliert dann – wider besseren Wissens – zwangsläufig an Priorität und bleibt schlussendlich auf der Strecke. Dabei kommt es – wie immer – nur auf das richtige „Gewusst-Wie“ an:

- ? Warum sollten Kunden ausgerechnet bei Ihnen kaufen? Was ist an Ihrem Angebot besser bzw. einzigartig?
- ? Was leistet Ihre Verkaufsmannschaft in der Neukundengewinnung? Was läuft schon jetzt gut und wo benötigen Ihre Verkäufer Hilfe?
- ? Was ist Ihre Strategie der Neukundengewinnung wert im Vergleich zur Vorgehensweise der Akquiseprofis?
- ? Wie viele Kontakte sind heute nötig, um einen Neukunden zu gewinnen?
- ? Wie professionell ist Ihr gesamter „Antritt“?
- ? Auf welchen Wegen und mit welchen Mitteln erreichen Sie Ihre Zielgruppe?

**Unternehmen verlieren im Durchschnitt pro Jahr 15 bis 35% ihrer Kunden und in Krisenzeiten sehr wahrscheinlich noch deutlich mehr.**

Damit ist klar, dass das Wachstum und vielleicht sogar das Überleben davon abhängt, dass die Quote der Neukundengewinnung höher ist, als die Quote aus dem Kundenverlust.



## Die Inhalte des Konzepts

Nur durch eine maßgeschneiderte Auswahl der richtigen Trainingsinhalte können Sie hocheffizient und nachhaltig neue Kunden gewinnen. Unser Beratungsservice kostet Sie dabei keinen Cent.

### ! 1. Die Analysephase

Sie werden wissen, warum Sie Kunden verloren haben. Sie werden die Stärken und Schwächen Ihrer alten Akquisitionsstrategie kennen und die Gründe erfahren, warum Sie nicht ausreichend neue Kunden gewinnen konnten. Sie werden wissen, wie wirksam Ihre „Werkzeuge“ im „Antritt“ waren und wie Sie Ihre Verkäufer besser hätten unterstützen können.

### ! 2. Die Strategiefindungsphase

Sie kennen die Prinzipien erfolgreicher Akquise-Systematiken. Ziele und Zielgruppen sind klar definiert und die Vorgehensweise bekannt. Die Strategie und Taktik ist erarbeitet. Die Verkäufer kennen die Alleinstellungsmerkmale (USP) Ihres Angebotes.

### ! 3. Die Vorbereitungsphase

Sie haben perfekte und im Detail überarbeitete „Tools“. Ihr „Antritt“ und Ihre Außenwirkung ist vollkommen stimmig. Ihre Verkäufer verfügen über eine volle „Werkzeugkiste“.

### ! 4. Die Trainingsphase

Ihre Verkäufer wissen, worauf es in den unterschiedlichen Phasen eines Akquisitionsgesprächs wirklich ankommt. Sie können gezielt Interesse und Bedarf wecken und die Alleinstellungsmerkmale des eigenen Angebots über Nutzenbrücken argumentieren.

**Ausführlichere Informationen zu den Inhalten stellen wir Ihnen gern auf Knopfdruck zur Verfügung!**

## Unsere Vorgehensweise

**„Theorie ohne praktischen Bezug ist wertlos, aber Praxis ohne Theorie ist gefährlich!“**

### 1. Inhalte und Umfang

Inhalt und Umfang aller Maßnahmen bestimmen Sie selbst! Unser Unterstützungsangebot ist bewusst modular aufgebaut, damit Sie uns ausschließlich bedarfsgerecht und damit kostengünstig einsetzen können. Wir stimmen die Prioritäten miteinander ab und unterbreiten Ihnen danach ein passendes Angebot. Je nach Umfang Ihres Pflichtenhefts kann unsere Zusammenarbeit eintägig, zweitägig oder mehrtägig sein.

### 2. Analyse, Workshop und Training

Methodenmix und Maßnahmenbündel sind die Erfolgsgegaranten der systematischen Neukundengewinnung. Und auch bei der Vermittlung des Know-how haben wir mit dem Methodenmix die besten Erfahrungen gemacht. Viele erfolgskritische Problemstellungen lassen sich nicht einfach „wegtrainieren“ und es genügt bei Leibe nicht, verkäuferisch-kommunikative Defizite nur zu analysieren.

### 3. Zwei Spezialisten für eine Aufgabe

Die deutsche Trainingslandschaft ist überwiegend geprägt von tapferen Allroundern, die sich verständlicherweise einen Kundenauftrag allein sichern möchten. Unser Anspruch ist anders! Wir arbeiten konsequent mit Spezialisten, da Sie ein Anrecht auf den jeweils Besten seines Spezialgebietes haben. Wir arbeiten aus verschiedenen Blickwinkeln und sauber aufeinander abgestimmt, damit Sie neue Kunden für Ihr Unternehmen gewinnen.