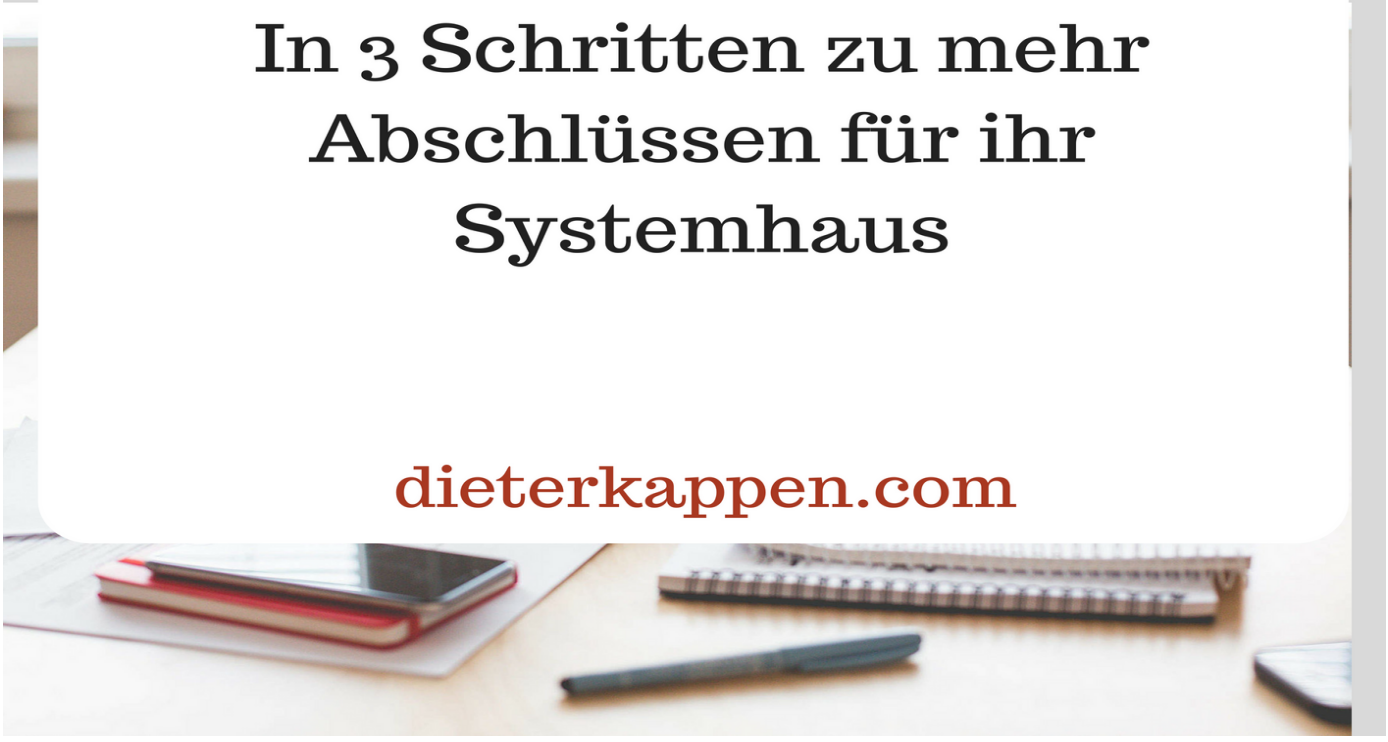
Raus aus der Kaltakquise

In 3 Schritten zu mehr Abschlüssen für ihr Systemhaus

dieterkappen.com



Raus aus der Kaltakquise - In 3 Schritten zu mehr Abschlüssen für Systemhäuser

Intro:

In diesem Guide erfahren Sie, wie ich Sie dabei unterstützen kann, dass Sie immer ausreichend neue Kontakte für Ihren Vertrieb generieren…

Fakt ist:

Eine funktionierende Lead-Gewinnung, die Ihnen qualifizierte Interessen ins Haus bringt, ist der Schlüssel für das Bestehen und Wachstum Ihres Unternehmens.

Denn wenn Sie wissen, wie Sie mithilfe modernen Marketings **die richtigen Interessenten generieren** können, erreichen Sie Ihre Geschäftsziele schneller und einfacher.

Aber eine wirklich performante Interessenten-Gewinnung, die qualifizierte Resultate bringt, auf die Beine zu stellen, ist **schwierig und komplex**.

Selbst wenn es anfangs schnell zu Resultaten kommt, kommt es danach oft zu **Frustration** und **fehlender Klarheit**, was als nächstes zu tun ist.

Und hier komme ich ins Spiel...

Ich breche die verschiedenen Aspekte der Interessentengewinnung in **simple, praktikable Schritte herunter, die Sie sofort in Ihr Unternehmen integrieren können**.

Warum ich Ihnen helfen kann...

Ich habe mich nach gut 20 Jahren in der ITK-Branche selbständig gemacht. Seit 2010 helfe ich Unternehmen auf freiberuflicher Basis dabei, ihr Marketing effektiver zu gestalten.

Schon in meiner Zeit als leitender Angestellter habe ich gesehen, dass Marketing und Vertrieb das A&O des Unternehmenserfolges ist. Wie oft war ich als Mitglied der Geschäftsführung in Meetings, bei denen es zum wiederholten Male nur darum ging, den Vertriebsleiter zu “löchern”.

Der Grund dafür war Quartal für Quartal derselbe: Nichterreichen der Umsatzziele!

In meiner 20-jährigen Tätigkeit als kaufmännischer Leiter in IT-und Software- Branche habe ich eins gelernt: Wenn jemand Prozesse und Strukturen versteht, dann sind es IT-und Software-Unternehmen.

Ich habe folgende 3 Dinge festgestellt:

1 In den vergangenen Projekten, die ich umgesetzt habe, fiel immer folgendes auf:
Viele IT- und Software-Firmen bringen genau die notwendigen Ressourcen für ein funktionierendes Marketing mit. Ich helfe den Unternehmen nun dabei, dieses Wissen um eben diese Prozesse und Strukturen in ein modernes Marketing umzusetzen. Denn modernes Marketing ist im Grunde nichts Anderes als genau das. Wie das genau geht, darauf komme ich später zurück.

2 Für ihr Kerngeschäft wissen die meisten Firmen, wie die Strukturen funktionieren. Dort helfen Checklisten und Anleitungen, um Dinge immer besser zu machen. Genauso kann man diese auch für die qualifizierte Interessengewinnung anwenden. Dafür habe ich eine Schritt-für-Schritt Anleitung entwickelt, die Sie mit Ihrem Know-how leicht umsetzen können.

3 Bei einigen Projekten kam es immer wieder zu Reibungspunkten zwischen Marketing und Vertrieb. Speziell wenn es um die Qualität der Leads ging. Hier helfen Automatisation und vorherige Recherche. Wie das im Detail aussehen kann, erfahren Sie weiter hinten in diesem Guide.

Für mich zählen ausschließlich Resultate. Deswegen unterstütze ich Unternehmen im Marketing seit über 10 Jahren. Für meine eigene Selbständigkeit ebenso wie für meine Kunden.

Kommt Ihnen das in Ansätzen bekannt vor?

- Sie haben keine Zeit für Kaltakquise am Telefon und wenn, dann frustriert es Sie?
- Sie haben viel Zeit und Geld in Messen investiert, leider ohne entsprechende Abschlüsse
- Ihnen fehlt eine gut mit qualifizierten Leads gefüllte Pipeline

Ich habe das genauso erlebt und erinnere mich noch sehr gut zum Beispiel an das 3 Quartal 2009. Wir hatte noch 3 Wochen, bis das Quartal zu Ende war und eine Zielerfüllung im Umsatz von 19 Prozent.

Von den 6 Vertrieblern hatte gerade mal einer einen Deal reingebracht. Der Geschäftsführer rief mal wieder eine Krisensitzung ein und beschwor seine Verkäufer. Eigentlich wie immer zum Quartalsende. Von den großen Versprechungen am Quartalsanfang war nicht mehr viel übriggeblieben. So wurde neben den letzten, möglichen Abschlüssen schon verstärkt ein Szenario durchgesprochen, wie bei der anstehenden Quartalssitzung das erneute Verfehlen des Umsatzziels erklärt werden könne. Und zwar so, dass keine Köpfe rollen…

Anstatt dieses bekannte Phänomen einmal zu analysieren und Lösungen zu erarbeiten spielt man lieber jedes Quartal … Und täglich grüßt das Murmeltier…

Operative Hektik ersetzt geistige Windstille (Eugen Bleuler, 1857 - 1939), Schweizer Psychiater)

Also ein durchaus menschliches Vorgehen, was sich da immer und immer wieder wiederholt. Falls Sie also jemanden kennen, der einen kennt, der sich so verhält: Sie sind nicht allein ;-)

Nur leider hilft diese Erkenntnis alleine wenig.

So wurde auch der oben erwähnte Geschäftsführer nicht sehr alt in dem Unternehmen. Vier Quartale ohne sichtbaren Erfolg waren ausreichend, diese Stelle neu zu besetzen.

Es muss ja nicht gleich Ihr Job sein, der auf der Kippe steht, aber auch Ihre Provision und Ihr Status im Unternehmen werden es Ihnen danken, wenn Sie hier eine Lösung finden und umsetzen. Vom leichteren Finden von neuen Vertriebsmitarbeitern und der generell besseren Stimmung im Unternehmen ganz zu schweigen.

Ohne digitale Vertriebsschiene werden Sie verlieren

Schleichend und vom täglichen Machen und Tun fast unbemerkt, hat sich die Bedeutung des Internets, sprich Online-Marketing, für die Interessenten- bzw. die Neukundengewinnung dramatisch gesteigert. Privat informiert man sich im Internet und sucht z. B. nach Hotels oder Flügen. Man orientiert sich an den angebotenen Informationen und den Bewertungen von anderen Nutzern.

Da immer mehr Kunden ihren Kaufentscheidungsprozess mit der Recherche im Internet beginnen, müssen Unternehmen genau in diesem Moment mit attraktiven Inhalten und relevanten Informationen präsent sein. Man muss gefunden werden.

Vor dem Kauf ist weit vor dem Kauf...

Ihr eigentlicher Verkaufsprozess beginnt lange bevor Sie den Interessenten auch nur kennen und auf eine Anfrage reagieren können! Sie haben die „Informationshoheit" verloren!

Der mögliche Interessent weiß meist über ihr Produkt und die Lösungen ihrer Marktbegleiter u. u. besser Bescheid als Ihr Vertrieb.

So können Sie heutzutage davon ausgehen, dass Sie Ihren Markt mit Kaltakquise allein nicht mehr erreichen können. Portale und Gruppen im Internet informieren den möglichen Käufer schon lange bevor Sie davon Wind bekommen. Und wenn Sie dann noch den Interessenten in einem schlechten Moment erreichen, ist die Kaltakquise vielleicht sogar kontraproduktiv.

Was tun statt Kaltakquise?

Stellen Sie sich nun einmal vor, wie es wäre, wenn jedes Akquise-Telefonat, das Sie führen, von Ihrem Interessenten positiv aufgenommen werden würde.

Der Interessent wüsste schon vor dem Telefonat, was Sie anbieten und ist über die Basics informiert. So müssen Sie nicht hunderte Male das gleiche Gespräch über Ihre Firma, Ihr Geschäftsmodell und Ihre Produkte führen. Das alles können Sie sich sparen. Der Interessent stellt nur noch die für ihn wichtigen Fragen und beide Seiten sind während des Gesprächs locker und unverkrampft.

Sie würden immer zu einem geeigneten Zeitpunkt anrufen, ja, der Interessent würde sich sogar von alleine um einen Termin mit Ihnen bemühen.

Dies alles ist möglich, wenn Sie ein für sich und Ihr Unternehmen passenden, automatisierten Lead-Generierungsprozess aufgebaut haben.

Genau hier setzt mein AIS an. AIS steht für „**A**bschlussbereite **I**nteressenten **S**ystem"

Wie das genau geht, erfahren Sie gleich...

Ein qualifizierter Interessent ist mehr als nur ein Abschluss

Zudem können Sie Ihre Zielkunden frühzeitig auf seiner Einkaufstour auf Ihre Angebote aufmerksam machen, sie entlang der Käufer-Reise begleiten und zugleich relevante Informationen für zukünftige Geschäftsabschlüsse sammeln.

Synergien erzeugen und nutzen

Im Ergebnis bedeutet ein qualifizierter Interessent, der von Marketing und Vertrieb gleichermaßen getragen wird, nicht nur mehr, sondern vor allem auch hochwertige Leads – und damit eine effiziente Lösung für Kundengewinnung und Umsatzsteigerung.

Wichtig ist eine enge Verzahnung von Vertrieb und Marketing im Rahmen einer umfassenden Lead Management-Strategie. Dadurch lassen sich Synergien aus langfristiger Imagepflege und einer konkreten, ergebnisorientierten Vertriebsarbeit erzeugen.

Unterm Strich für Sie: mehr Kunden und mehr Umsatz!

Nun liegt es an Ihnen: Wollen auch Sie die Vorteile des „Abschlussbereite Interessenten System“ nutzen oder weiterhin mit den alten Methoden arbeiten (von denen Sie doch wissen, dass sie heute nicht mehr funktionieren)?

Schauen wir uns einmal meine Methode, das AIS, etwas genauer an...

Die drei Schritte, um diese Probleme zu lösen

Sie besteht aus 3 Schritten, die zusammen dafür sorgen, dass Sie nie wieder auf ausreichend neue, qualifizierte Interessenten verzichten müssen.

Schritt 1: Interessant für den potentiellen Kunden sein!

Wenn es in Unternehmen um Marketing geht, fangen die meisten gleich an, sich Gedanken um die Formate zu machen. Nehmen wir Flyer, Anzeigen oder Direct-Mailings? Und geben sich am Ende mit Responseraten zwischen 1 und 3 Prozent zufrieden.

Wenig bis keine Gedanken wird sich darum gemacht, was den möglichen Kunden denn gerade interessiert. Um diese Frage zu beantworten, müssen Sie ihre potentiellen Kunden natürlich sehr gut kennen.

Sie benötigen die richtige Ansprache, sprich die sogenannte Marketing-Message, um Aufmerksamkeit im Dschungel der Werbebotschaften zu erringen.

Wie bekommen Sie diese? Entweder, Sie fragen mich ;-) oder Sie entwickeln ein genaues Bild Ihres Wunschkunden mit all seinen Wünschen und Problemen. In der Marketingsprache ist das ein Avatar.

Um in der Masse der Werbebotschaften nicht gnadenlos unterzugehen, reicht eine Segmentierung nach Branche oder Firmengröße nicht mehr aus, um mögliche Kunden zielgerecht anzusprechen.

Langfristig einfacher ist es, sich einmal richtig in die Lage des Interessenten zu versetzen und quasi mit ihm einen Tag zu verbringen.

Dann suchen Sie sich genau ein Problem dieses Avatars aus, möglichst eins, das akut ist und genau jetzt gelöst werden muss.

Wenn Sie jetzt denken: Welch ein Aufwand, hört sich ja an wie Raketenwissenschaft... dann probieren Sie folgendes Vorgehen einmal aus:

Rufen Sie alle(!) Kunden aus der letzten Zeit, die Ihrem SalesCycle entspricht, an und stellen Sie ihm die folgenden 4 Fragen:

Start mit Vertriebs-Quick-Check - 4 Fragen an Bestandskunden

- Wie lange kennen wir uns schon?
- Wissen Sie noch, wie Sie erstmals auf uns aufmerksam geworden sind?
- Welche weiteren Kontakte gab es, bis Sie bei uns Kunde geworden sind?
- Was hätten wir damals besser machen können?

Die Antworten sammeln Sie, stellen sie systematisch zusammen und Sie sollten in aller Regel ein Muster erkennen. Dieses geben Sie Ihrem Vertrieb an die Hand und nutzen es für Ihr weiteres Marketing.

Nun kennen Sie Ihre Kunden und deren Problem deutlich besser als Ihre Mittbewerber ;-)

Aber Wissen alleine reicht ja nicht, deswegen Schritt 2...

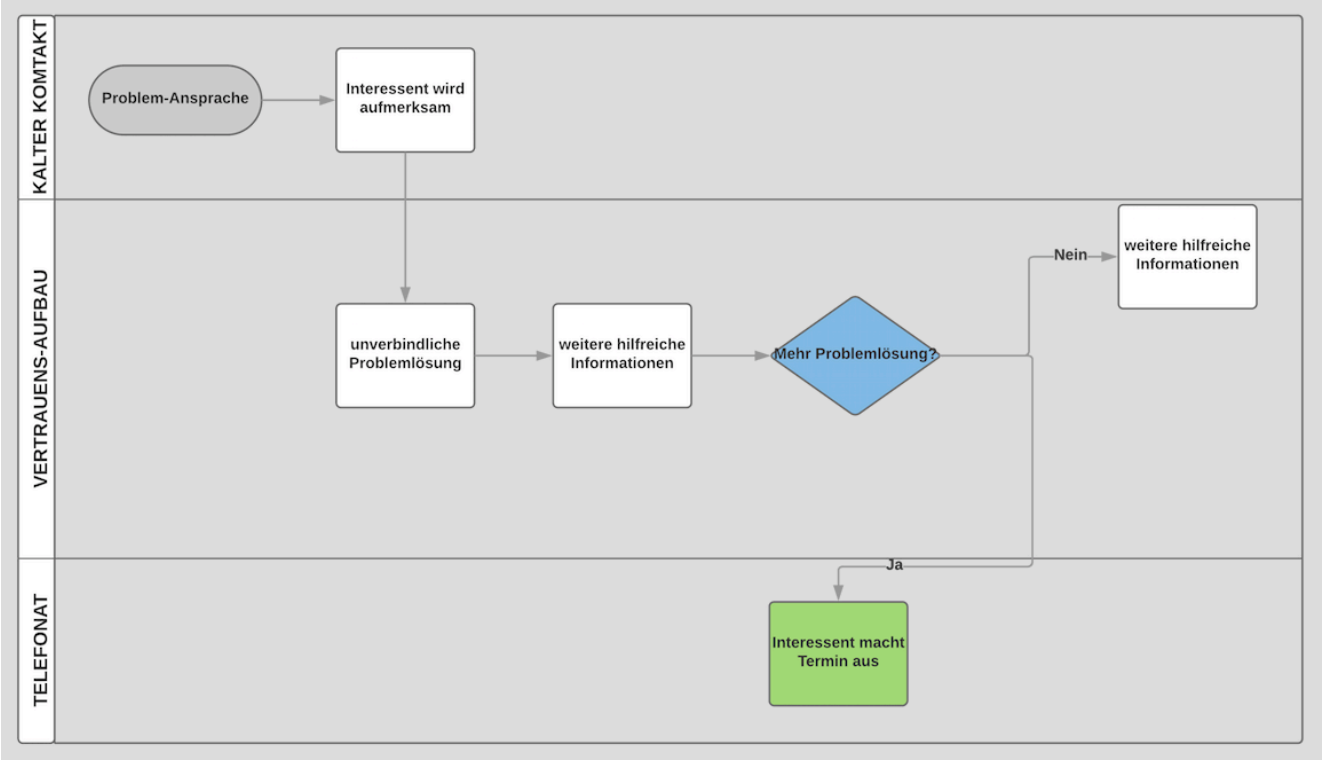
Schritt 2: Zeigen, dass Sie das Problem Ihres potentiellen Kunden lösen

Falls Sie ein akutes Problem gefunden haben, fragt sich der Interessent, ob er Ihnen (ver)trauen kann. Wie können Sie dieses Vertrauen am schnellsten bekommen? Nicht mit schönen Slogans und bunten Anzeigen, sondern dadurch, dass Sie Ihm durch ein kostenfreies Angebot zeigen, wie Ihre Lösung aussieht.

Falls Sie sich gerade fragen, ob Sie bei mir gerade im zweiten Schritt sind, dann haben Sie Recht ;-)
Bei mir ist das Aufzeigen einer Lösung dieser Guide, den Sie gerade lesen.

Das kann aber je nach Kunde und Produkt auch etwas ganz anderes sein, ein Webinar, ein Info-Abend oder eine Video-Serie...

Schematisch sieht das in etwa immer so aus:



Schritt 3: Diesen Prozess in ein System bringen und automatisieren

Soweit, so gut. Aber das kostet ja alles viel Zeit...

Deswegen müssen wir das alles automatisieren und ein System bauen, auf das man sich verlassen kann. Dieses System verschafft Ihnen dann kontinuierlich ausreichend qualifizierte Interessenten.

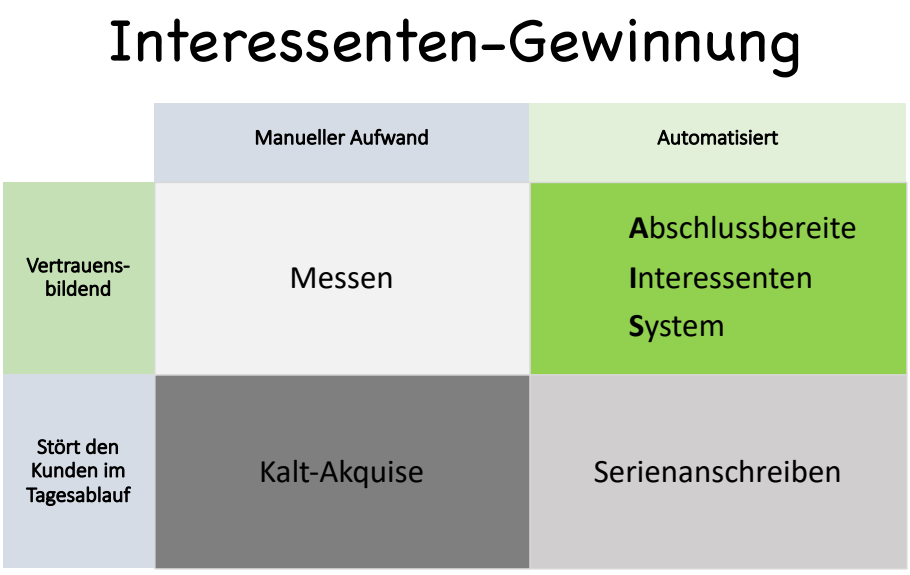
Hier kommt dann die Digitalisierung ins Spiel. Mittels Autorespondern, Squeeze-Pages und Funneln nimmt Ihnen die Technik die mühsame und zeitaufwendige Arbeit ab.

Sie kommen wieder ins Spiel, wenn sich der Interessent bei Ihnen meldet und in Ihrem Kalender ein neuer Termin aufleuchtet.

Wenn Sie diese 3 Schritte erfolgreich durchgearbeitet haben, können Sie Ihre Interessenten viel zielgerichteter ansprechen. Sie sortieren automatisch all diejenigen aus, die sich aktuell nicht für Ihr Angebot interessieren, das heißt, Sie

- sparen Zeit
- sparen Geld
- haben mehr Abschlüsse

Wo möchten Sie mit Ihrer Interessentengewinnung stehen?



Sie wissen jetzt, dass Kaltakquise den potentiellen Interessenten eher stört. Sie wissen nie, ob Sie Ihren Ansprechpartner gerade stören und damit schon das erste negative Signal gesetzt haben. Zudem ist ein hoher manueller Zeitaufwand gegeben.

Serienanschreiben oder Direct Mailings haben den gleichen Effekt, nur das der Prozess weniger manuellen Aufwand benötigt.

Bei Messen ist dieser Aufwand um einiges höher (Zeit und Kosten), aber Sie bauen durch das persönliche Gespräch zumindest Vertrauen auf.

Das „Abschlussbereite Interessenten System „verbindet die Vorteile aller anderen Methoden, ohne gleichzeitig deren Nachteile zu haben.

Wie sehen Ihre nächsten Schritte aus?

Wenn auch Sie

- ✓ eine volle Interessenten-Pipeline Quartal für Quartal haben möchten,
- ✓ mehr Zeit für Ihre Kunden haben möchten statt unnütz Zeit am Telefon zu vergeuden
- ✓ mehr Abschlüsse mit bereits vorqualifizierten Interessen haben wollen

dann vereinbaren Sie gleich hier ein kostenloses Strategiegespräch:

Klicken Sie hier um ein kostenfreies Strategie-Gespräch zu vereinbaren (KLICK!)