

alexander held
AKQUISITIONSMANAGEMENT

Wir eröffnen Potentiale.



„Wir sind nicht nur verantwortlich
für das, was wir tun,
sondern auch für das, was wir
zu tun unterlassen.“ Molière

Erfolgreiche Unternehmen schaffen
auch in Zeiten stabiler Anfragesituationen
regelmäßig neue Kontakte.

Sie haben weniger Streuverluste
und arbeiten mit einem effizienten
und transparenten Akquisitionsprozess –
zielgerichtet und Ertrag bringend.

Ich unterstütze Sie hierbei!



Akquisitionsmanagement

– für wen und warum

Meine Kunden - das Spektrum reicht vom inhabergeführten, mittelständischen Unternehmen bis zum Konzern - agieren im industriellen Vertrieb oder vermarkten erklärungsbedürftige Dienstleistungen. Ihr Vertriebsprozess ist mehrstufig und zumeist komplex – und: es müssen kontinuierlich Neukunden gewonnen werden!

Die **Neukundenakquise per Telefon** (intern oder extern vergeben) offenbart gleichwohl allseits bekannte Schwachpunkte in der Neukundengewinnung, denn:

- es ist ein **anonymes Vorgehen** ohne Bezug, selbst wenn vorher angeschrieben wurde.
- es hat **geringe Erfolgsquoten** schon im Vorfeld des Entscheiders („der ist in Besprechung, worum geht's denn!“ ..., „senden Sie mal was rein“, „da haben wir schon jemanden“, „das brauchen wir nicht“ ..., usw.).
- die **Wiedervorlageliste** steigt signifikant, wird gleichzeitig „verwässert und willkürlich“ und ist schlicht nicht einzuhalten.
- die Vorgehensweise ist nur vermeintlich wenig **zeitaufwendig**, und auch bei **explizit geschaffenen Zeitfenstern** oft **frustrierend** für die Vertriebsmitarbeiter.
- als eine Konsequenz resultiert der gefühlte oder tatsächliche **Verschleiß der Adresse** („da brauche ich nicht mehr anrufen“, obwohl der Entscheider noch gar nicht erreicht wurde).


Hier setze ich an: **beratend und trainierend**, insbesondere aber in der **Umsetzung** für Sie. Theoretisch fundiert und in der **Praxis** - seit über 25 Jahren – nachweislich bewährt.





*„Man soll die Dinge so nehmen, wie sie kommen.
Aber man sollte auch dafür sorgen,
dass die Dinge so kommen,
wie man sie nehmen möchte.“*

Curt Goetz (Schriftsteller/Schauspieler, 1888-1960)



Akquisitionsmanagement

- meine Philosophie und mein Vorgehen

Sehr gut vorbereitete Kaltbesuche bei definierten Potentialen - und zwar ohne vorherige Terminvereinbarungen - sind der beste Weg der Neukundengewinnung, denn:

- ein solcher Besuch ist die **Vorstufe zum Termin** und kann im Ergebnis mit einem vereinbarten **Erst-Termin vergleichbar** sein.
- so kann in der Frühphase des Vertriebsprozesses ein **persönlicher Kontakt** hergestellt und vor Ort ein **positives Bild** abgegeben werden.
- die **Stärken der eigenen Persönlichkeit** kommen besser zur Geltung und spielen eine viel **größere positive Rolle** als am Telefon.
- mögliche **Vorwände** - grundsätzlich dieselben wie am Telefon - können **vor Ort besser entkräftet** werden.
- Sie **gewinnen** einen **umfassenden Eindruck** und nehmen das **reale Erscheinungsbild** des Unternehmens wahr. Und Sie erhalten Informationen, die für den Vertriebs Erfolg wichtig, am **Telefon aber nicht zu bekommen** sind.
- Sie schaffen vor Ort „**Verbündete**“, denn jeder Mitarbeiter kann für Ihren Vertriebs Erfolg relevant sein oder werden - das „**Helfersyndrom**“ und die Neugierde des Menschen unterstützen Sie.

Der Kaltbesuch wird zum idealen **Aufhänger** für eine telefonische Terminvereinbarung im Nachgang zum Besuch – und im wahrsten Sinne des Wortes

Selbstverständlich!



„Ertrag ohne Mühe und Plan ist
so selten wie zufällig.“ Alexander Held



Akquisitionsmanagement

– und Ihre Potentiale bedeuten Ertrag

Sie steigern Ihren Bekanntheitsgrad und werden sich allein durch diese Vorgehensweise positiv vom Wettbewerb abheben. Und Sie zeigen dem Zielkunden, dass Sie an ihm interessiert sind und auch ungewöhnliche Wege gehen, um mit ihm in Kontakt zu treten.

Denn schließlich:

- lässt es sich aus statistischen Gründen gar nicht vermeiden, dass – da der Zufall strukturiert herbeigeführt wird - Sie häufig direkt mit Entscheidern ins Gespräch und die Vertriebsanbahnung kommen.
- wird die Zeitspanne von der Kontaktaufnahme bis zum Geschäftsabschluss erheblich verkürzt.
- wird die Effizienz im Vertriebszyklus signifikant gesteigert und das Neukundengeschäft aktiviert.
- wird die Akquisition zum kalkulierbaren Prozess innerhalb des Vertriebs, dieser entlastet und motiviert.
- ist bei Umsatzeinbrüchen eine sehr kurzfristige Gegensteuerung erzielbar.

Workshops und Messen

Mein Know-how und meine Akquisebegeisterung gebe ich Ihrem Vertrieb gerne auch in einem **Workshop** weiter –praxisorientiert und direkt umsetzbar. Hierauf aufbauend auch als aktiver Begleiter im Außendienst. So werden Leerlaufzeiten vor, nach und zwischen Terminen produktiv.

Und natürlich stehe ich Ihnen auch für das Thema **Messen** umfassend als **Trainer und Akquisiteur** zur Verfügung.

Wir eröffnen Potentiale.

Mit dieser Broschüre konnten Sie einen ersten Eindruck gewinnen und einiges über den Ansatz von Alexander Held Akquisitionsmanagement erfahren.

Aber eines kann diese Broschüre nicht ersetzen: ein persönliches Gespräch!
In diesem Sinne freue ich mich auf Ihre Kontaktaufnahme!



Dipl.-Kfm. Univ.
Alexander Held

Tel. +49 151 17485615

info@alexanderheld.com
www.alexanderheld.com

