

Das 1 x 1 der Kaltakquise:

Acht Regeln für den Erfolg

»» **Sich überwinden:**

Für viele Unternehmen und vor allem die Vertriebsmitarbeiter ist Kaltakquise etwas Furchteinflößendes. Dabei sollte jedem klar sein: Um eine Neukundengenerierung kommt man dauerhaft nicht herum. Bestehende Zielgruppen sind irgendwann abgearbeitet - und dann müssen neue Abnehmer her.

Regel Nummer 1 ist also: Anfangen!

»» **Ziele definieren:**

Nichts ist unsinniger, als unüberlegt Dinge zu machen - zum Beispiel mögliche Interessenten für das eigene Produkt anzurufen, ohne dabei eine konkrete Strategie zu verfolgen. Bevor die Kaltakquise beginnen kann, müssen also Ziele her. Was will ein Unternehmen mit der Aktion erreichen - und in welchem Zeitraum? Und wo sollen die neuen Zielgruppen gefunden werden?

»» **Fakten besorgen:**

Bevor eine Branche zielgenau bearbeitet und auf potenzielle Kunden hin überprüft werden kann, muss das suchende Unternehmen diese Branche analysieren und kennenlernen. Dazu braucht es Fakten – die es bei Branchen-verbänden, Handelskammern und Wirtschaftsauskunfteien gibt. Je breiter die Informationsbasis, desto leichter fällt es, Unternehmen zu finden, die ein Interesse an den eigenen Produkten haben könnten.

»» **Kontaktdaten generieren:**

Der Erfolg einer Kaltakquise steht und fällt mit der Datenbasis, auf der das Projekt fußt. Professionelle Datendienste helfen dabei, qualitativ hochwertige, vollständige und aktuelle Datensätze zu bestimmten Branchen und Zielgruppen zur Verfügung zu stellen. Diese Kontaktdaten sind dann der Ausgangspunkt, um potenzielle Kunden anzusprechen.

»» Die Wahl der Mittel:

Es ist nicht ratsam, einfach unbedacht zum Telefonhörer zu greifen und die von dem professionellen Datendienst zur Verfügung gestellten Kontakte nacheinander anzurufen. Besser ist es, sich eine Kommunikations- und Akquise-strategie zu überlegen. Soll tatsächlich das Telefon das einzige Kontaktmedium sein oder will man die eigene Kampagne durch Mailings unterstützen?

Oder bietet sich womöglich eine Kombination mit einem Messeauftritt an?

»» Mitarbeiter schulen:

Der eigene Vertrieb ist es gewohnt, Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen. Allerdings verhandelt er dabei meist mit „alten Bekannten“. Kaltakquise ist aber etwas völlig anderes. Hier müssen selbst erfahrene Kollegen nochmals geschult werden, wie sie es schaffen können, völlig neue Kundenkreise mit wenigen Sätzen für ein Produkt zu interessieren.

»» Zuhören lernen:

Wer etwas verkaufen will, muss wissen, was der Gegenüber braucht. Das heißt: Er muss gut zuhören. Deshalb sollte bei der Telefonakquise der häufigste Fehler tunlichst vermieden werden: Viele reden nur von ihrem Produkt und verhindern jeden Dialog mit dem Kunden. Dabei ist er es doch, der weiß, was er braucht und für welches Problem er eine Lösung sucht.

»» Nicht aufgeben:

Nach dem ersten Kontakt kommt nicht gleich der Kaufvertrag zustande. Auch nicht nach dem zweiten. Und sehr selten schon nach dem dritten. Wichtig ist, sich in Geduld zu üben, aber trotzdem immer am Kunden dranzubleiben. Nach einem ersten Telefonat kann man zum Beispiel weitere Informationen per E-Mail verschicken und ein zweites Telefonat vereinbaren. Danach kommt es vielleicht zu einem Treffen – und Stück für Stück rückt ein Verkauf näher.