

Inhaltsverzeichnis

1 Grundlagen der Akquisitionsarbeit	1
1.1 Akquisition und Markt	1
1.1.1 Stammkundenmanagement und die Akquisition neuer Kunden	1
1.1.2 Marktorientierung durch neue Managementkonzepte	2
1.2 Der „neue Verkäufer“	2
1.2.1 Der Verkäufer als Marketingexperte	2
1.2.2 Der Verkäufer als „Problemlöser“	3
1.2.3 Der Verkäufer als Neukundenmanager	4
1.3 Die Kundenansprache	6
1.3.1 Instrumente der Direktansprache	7
1.3.2 Instrumente der Breitenansprache	7
1.3.3 Folgerungen für Ihre Maßnahmenplanung	11
1.4 Die Phasen des Akquisitionsprozesses	14
1.5 Die Angebotsverfolgung	16
1.6 Erfolgsfaktoren systematischer Akquisitionsarbeit	17
1.6.1 Rahmenbedingungen	17
1.6.2 Motiviert und mit gutem Image zum Erfolg	18
2 Briefe, Direct Mailings und E-Mails	23
2.1 Mit Briefen zu neuen Kunden	23
2.2 E-Mail-Korrespondenz	25
2.3 Funktionsorientierte Planung	28
2.3.1 Image aufbauen oder festigen	28
2.3.2 Für Produkte werben	29
2.3.3 Neukunden binden	30

2.4	Gestaltung: Form und Inhalt	31
2.4.1	Layout und Struktur	31
2.4.2	Elemente	32
2.4.3	Inhalt	34
2.4.4	Stil	36
2.5	Erfolgskontrolle	40
	Quelle	41
3	Professionelles Telefonieren	43
3.1	Das Telefonat im Akquisitionsprozess	43
3.2	Die Vorbereitung des Telefonats	45
3.3	Der Einstieg ins Gespräch	53
3.3.1	Einstiegsformulierungen	53
3.3.2	Der Gesprächsaufbau	55
3.4	Wenn Sie angerufen werden	56
3.5	Betonung und Aussprache	58
3.6	Schwierige Gesprächspartner	59
3.7	Der Handy-Knigge für Akquisitionsgespräche	61
3.8	Nachbereitung	63
3.8.1	Kritik und Ergebnisse	63
3.8.2	Formblätter	65
4	Das Akquisitionsgespräch	67
4.1	Face-to-face: die direkteste Form der Kundenansprache	67
4.1.1	Die Kaltakquise	68
4.1.2	Vorgeschaltete Call Center	68
4.1.3	Erstansprache und Gebietsarbeit	69
4.2	Gesprächsvorbereitung	69
4.2.1	Informationen	69
4.2.2	Internet	70
4.2.3	Strategie	71
4.2.4	Gesprächspartner	71
4.2.5	Selbstwertgefühl	73
4.3	Die Gesprächsphasen	74
4.3.1	Phase I: Der Einstieg ins Gespräch – Empathie und Körpersprache	76
4.3.2	Phase II: Die Bedarfsanalyse – Fragen und Zuhören	83

4.3.3	Phase III: Die Lösungspräsentation – Einwände und Argumentation	94
4.3.4	Phase IV: Der Abschluss – Konsequenz und Zielstrebigkeit	101
4.4	Die Nachbereitung	102
4.5	Zwei beispielhafte Verkaufsgespräche	104
	Quelle	116
	Schlussbemerkung	117
	Weiterführende Literatur.	119