

50 Tipps zur Neukundengewinnung

Kümmern Sie sich um Ihren Vertrieb, insbesondere in guten Zeiten, in schlechten fehlt zumeist das Geld dafür. Ein guter Vertriebler hat auf alle der folgenden Fragen eine passende Antwort parat. Wenn dem nicht so ist – Auswechseln!

SIE SIND SELBER VERANTWORTLICH
FÜR DIE VERTRIEBSAKTIVITÄTEN
IHRER FIRMA?
DANN BETRACHTEN SIE
DIE FOLGENDEN FRAGEN ALS TIPPS



Werkzeug

- Wo dokumentieren Sie Ihre Vertriebsaktivitäten?
- Haben Sie ein funktionierendes Wiedervorlage-System?
- Können Sie auf Knopfdruck den aktuellen Gesprächsstatus ablesen?

Tracking, Tracing und Planung

- Wie viele Leads befinden sich aktuell in Bearbeitung?
- Wie viele Angebote resultieren aus wie vielen Leads?
- Wie viele Aufträge resultieren aus wie vielen Angeboten (Ausschöpfungsquote)?
- Wie hoch ist das durchschnittliche Jahresvolumen je Neuauftrag?
- Mit welchem Neuumsatz rechnen Sie in welchem Zeitraum durch Neukundengewinnung?
- Was sind die Hauptgründe für die letzten verlorenen Pitches?
- Was waren für Ihre Auftraggeber die Hauptgründe, Ihr Unternehmen zu beauftragen?
- Nach welchem Schema bewerten Sie Abschlusswahrscheinlichkeiten?
- Wie entwickelte sich der Vertriebs Erfolg in den letzten 24 Monaten?

Kanal, Potential

- Welche Quellen der Leadgenerierung nutzen Sie?
- Welche möglichen Quellen der Leadgenerierung nutzen Sie nicht?
- Welche Medien bedient Ihr Marketing zu welchem Preis?
- Wie hoch ist die Auftragsquote auf Empfehlungen?

Positionierung, Fokus und Kernkompetenz

- Welche Produkte und Leistungen stehen im Fokus Ihrer Vertriebsaktivitäten und warum?
- Welche Branchen forcieren Sie mit Ihren Aktivitäten?
- Welche Zielpersonen sind Ihre Ansprechpartner in den Zielfirmen?
- In welcher Verbindung stehen Sie zu Ihren Zielpersonen?
- Welche USPs^[1] bietet Ihr Unternehmen?

[1]: Unique selling proposition (USP), im Marketing für das Alleinstellungsmerkmal



*Lernen Sie doch
wo Sie wollen...*

- Worin unterscheiden sich Ihre Aktivitäten von denen Ihrer Mitbewerber?
- Welchen Stellenwert geben Sie der Persönlichkeit des Vertrieblers in Ihrem Unternehmen?
- Welchen Stellenwert geben Sie dem fachlichen Know-how des Vertriebsmitarbeiters?

Kontakt, Medien und Networking

- Nutzen Sie Querverbindungen und Empfehlungen von und zu Bestandskunden?
- Welche Web 2.0^[2] Kanäle nutzen Sie für Ihre Vertriebsaktivitäten?
- Nutzen Sie Social-Networking-Plattformen, um Ihr Firmenprofil zu zeigen?
- Nutzen Sie Gelegenheiten Ihre virtuellen Kontakte auch persönlich kennenzulernen?
- Welche privaten Aktivitäten stärken Ihre Verkaufschancen?
- In welchem (regelmäßigen) Kontakt stehen Sie zu Bestandskunden?
- Ist Ihre Internetseite auf dem aktuellen Stand?
- Gibt es ausreichend direkte Kontaktmöglichkeiten auf Ihrer Internetseite?
- Sind Ihre Onlineprofile auf dem aktuellen Stand?
- Welche Kanäle nutzen Sie für die Bekanntmachung branchenrelevanter Neuigkeiten Ihres Unternehmens?
- Sind Sie, Ihre Firma und Ihre Produkte in Suchmaschinen auffindbar?
- Ist Ihre Firmenpräsentation permanent auf dem aktuellen Stand?
- Welche Multiplikatoren (Kooperationspartner) sind in Ihre Vertriebsprozesse wie eingebunden?

Zeitfenster

- Wie ist die Reaktionszeit auf Anfragen?
- Wie lange dauert im Durchschnitt die Entscheidungsfindung bei erfolgreicher Neukundenakquise?
- Zu welcher Jahreszeit und zu welchen Anlässen ist der Vertriebs Erfolg besonders hoch?

Abstimmung

- In wie weit unterstützt Ihr Marketing Ihren Vertrieb?
- Können Interessenten zu jeder Zeit einen Vertriebler erreichen?
- Werden Ihre Angebote im 4-Augen-Prinzip gecheckt?
- Werden Kontakte von ausgeschiedenen Mitarbeitern übergeben?
- Wie sind personelle Urlaubs- und Krankenstandsdefizite geregelt?

Budget, Kosten und Einsparungen

- Wie hoch ist Ihr Budget für Vertriebsaktivitäten?
- Was entscheidet die Verteilung des Budgets maßgeblich?
- Welche Reisekosten fallen im Durchschnitt je Leadbearbeitung an?
- Wie hoch sind die Kosten für die Schaffung neuer Leads/Kaltaquise?
- Wie viel Zeit beanspruchen welche Vertriebsprozesse – Welches sind die größten ‚Zeitfresser‘?

[2]: Web 2.0 bezeichnet die veränderte Nutzung und Wahrnehmung des Internets. Die Benutzer erstellen, bearbeiten und verteilen Inhalte in quantitativ und qualitativ entscheidendem Maße selbst.

NEHMEN SIE SICH DIE ZEIT
UND BEANTWORTEN SIE DIESE FRAGEN
ZUSAMMEN MIT IHREM VERTRIEB.
**SIE WERDEN ERSTAUNT SEIN,
WELCHE POTENTIALE SICH ERGEBEN!**

**Kostengünstige
und effiziente
Weiterbildung
mit dem neuen
Distance
Learning System**

Testen Sie jetzt:

www.seminarflat24.com

Seminarflat24