

Akquise kommt vor dem Verkauf

06.02.2008, 10:51 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Akademie für den Mittelstand*

Presseagentur: *Medienagentur BT*



verMARKTung – der Schlüssel zum Erfolg

Mittelständische Firmenchefs werden bundesweit tagtäglich mit verschiedenen Angeboten zu Verkaufsschulungen „gesegnet“. „Es gibt Tage, da gibt meine Sekretärin die gesamte Post in die Ablage P“, so F. Auding, Chef eines kleinen Servicebetriebs in Bonn.

Natürlich ist das eine oder andere Angebot interessant und seriös. Aber was lernen die Verkäufer dort? Die typischen Elemente des Verkaufsgesprächs. „Heruntergeleiert und systematisch abgearbeitet bringt das rein gar nichts“, so Auding weiter.

„Zunächst ist es notwendig die richtigen Zielkunden ansprechend auf das eigene Angebot aufmerksam zu machen“, erläutert Andrea Moersdorf, Akquise-Expertin in der Akademie für den Mittelstand. „Das geht nur, wenn der potenzielle Kunde tatsächlich Interesse hat und die angebotene Dienstleistung oder das Produkt wirklich benötigt“, so Moersdorf weiter.

Wichtig ist im ersten Schritt den Markt zu analysieren, den ein Unternehmen besetzen will.

Wer sind meine Kunden?

Wo sind meine Kunden?

Wie spreche ich meine Kunden erfolgreich an?

Das sind die zentralen Fragen in der verMARKTung, die sich ein Unternehmer beantworten muss, bevor er daran denkt seine Verkäufer auf Schulungen zu schicken. Die meisten Mittelständler nutzen nur bis zu 30 % ihres Kundenpotenzials und verschenken hier ein immenses Umsatzpotenzial!

Erst, wenn der Unternehmer weiß, wer seine Kunden sind und wie deren konkretes Bedürfnis ist, sollte er ihn ansprechen, „respektive zuhören“ ergänzt Gwendolyn Stoye-Mingers, als Mental-Business-Trainerin die Schulungsexpertin in der Akademie. „Wir schulen unsere Kunden anders – bei uns lernen Verkäufer die Signale, die der Kunde setzt zu verstehen; den Nutzen, den der Kunde selbst nennt aufzugreifen und ihm so wieder zu geben, dass der Kunde weiß: er führt hier Regie“. Eines der wichtigsten Elemente des von der Akademie entwickelten Schulungsprogramm Sales-Com©, das unter anderem einen Schwerpunkt auf die Vermittlung mentaler Kompetenz legt. „Das ist genau die Kompetenz, die dazu führt, dass der Kunde sich selbst überzeugt, statt sich überreden zu lassen, um im Nachhinein unzufrieden zu sein“, verrät Stoye-Mingers.

Portrait

Firmenportrait

Die Akademie für den Mittelstand ist bundesweit der Experte für Akquise, Verkauf und Vertrieb!

Als Spezialist für moderne Kundenakquise unterstützen wir Unternehmen und Organisationen beratend und entwickeln eine individuelle und direkt in die Praxis übertragbare Meilensteinplanung. Akquise-Strategien für die Praxis – einfach und unkompliziert umzusetzen – diesem Ruf werden wir täglich gerecht.

Darauf abgestimmt suchen wir mit unserem innovativen Personalauswahltool AC-Profile© das zu unseren Kunden passende Personal. Gleichzeitig bieten wir mit der praxiserprobten Verkaufstechnologie Sales-Com© eine für Verkaufsprofis konzipierte, hochkarätige Verkaufsschulung.

News-ID: 186627 • Views: 115 (Stand: 10.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/186627/Akquise-kommt-vor-dem-Verkauf.html>