

Marketing im Dialog - Erfolg beschleunigen - (08)

28.04.2010, 16:11 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Dialog-Partner*

Presseagentur: *DIALOG-PARTNER*



Anton Dostal Der-Marktman

Eppstein/Ts., den 28.04.2010. Zwischen Leadgeneration und Verkäufer. In immer mehr Branchen wird heute die Kontakthanbahnung zu potentiellen Kunden über das Internet betrieben. Dabei helfen die fantastischen Möglichkeiten, die Autoresponder und Co. bieten die Vorstufen zu automatisieren und somit weniger arbeits- und personalintensiv zu gestalten. War ein Internetauftritt vorgestern noch eher eine Prestigesache, musste „schön“ gestaltet werden und diente primär dem Image, so dient er heute zunehmend dem „Kundenfang“, indem über Kostenlosangebote, so genannte Köder Adressen oder zumindest E-Mail-Adressen eingefangen werden sollen. Schaffen wir es, durch geschickte Nutzenangebote, die Erstinteressenten dazu zu bringen ihr Interesse bezüglich bestimmter Produkte und/oder Dienstleistungen zu bekräftigen, so können wir schon auf dieser Ebene der Geschäftsanbahnung von „Qualified Leads“ sprechen. Trotzdem ist die Mehrzahl dieser potentiellen Kunden in den meisten Fällen hier noch nicht kaufbereit und muss weiter qualifiziert und selektiert werden. Das mag anders sein, wenn wir Bücher über das Internet vertreiben, aber gerade im Dienstleistungssektor fehlen den Interessenten meistens noch wichtige Informationen. Wer jetzt seinen Vertrieb zum Einsatz bringt, der „verbrennt“ seine gut ausgebildeten Verkäufer und jede Menge Geld. Immer wieder ist zu beobachten, dass Kunden im Vorfeld der Verkaufsaktionen zu wenige Vorinformationen über die Produkte oder Dienstleistungen besitzen und Verkäufer zu wenig über die Kunden wissen. Dabei heißt eine der wichtigsten Verkaufsregeln: „Das wichtigste am Verkaufen ist die gute Vorbereitung!“ Dass ist schon seit über 50 Jahren bekannt und hat sich nicht geändert.

Was also kann unseren Erfolg beschleunigen? Hier setzt gutes Strategisches Marketing an und ein. Die Strategie ist, die

Interessenten über mehrere Informationsstufen zu qualifizieren und sie zu selektieren, damit wir nachher im eigentlichen Verkaufsprozess, bei der persönlichen Beratung, möglichst genau ihren Bedarf und ihre wirklichen Wünsche treffen. Viel zu oft wird auch heute noch zu technisch verkauft. Fasziniert von den eigenen Produkten und Möglichkeiten wird der potenzielle Kunde mit technischen Informationen erschlagen und geradezu in die Preisfixierung getrieben. Dabei können wir von jedem guten Verkaufstrainer erfahren, dass die Kunden zu über 70% ihrer Kaufentscheidungen „aus dem Bauch heraus“, also rein emotionell treffen. Strategische Marketing bereitet die Erstinteressenten mit gezielten Informationen, die ihrem Kenntnisstand entsprechen, so vor, dass diese sich entscheiden können, welche weiteren Informationen sie benötigen, um zum Kaufinteressenten zu werden. Kaufinteressenten werden dann mit noch gezielteren Informationen vorqualifiziert und selektiert, bis sie dann ihren Kaufwunsch in einer Art Vorentscheidung erkennen lassen. Jetzt erst ist der potentielle Kunde „reif“. Das heißt nichts anderes, als dass die Kunden so gut vorinformiert sind, dass sich der gut geschulte Verkäufer ganz auf seine eigentliche Aufgabe, nämlich den Kunden selbst, konzentrieren kann.

Portrait

Anton Rudolf Dostal ist seit mehr als 20 Jahren Trainer, Marketingberater, Seminaranbieter, Coach, freier Journalist und Autor des Bestsellers „Nie mehr wieder einen Auftrag!“ ISBN 978-3-00-025020-0.

Er hat ein seit Jahren bewährtes Marketingsystem weiterentwickelt, modernisiert und mit den Erkenntnissen der modernen Gehirnforschung aufgefrischt. Seine Kernkompetenz ist neben der praxisgerechten Vermittlung des 1zu1-Marketings (Strategisches Marketing) vor allem die konsequente, zielgerichtete und zeitnahe Umsetzung in den Betrieben. Hierfür hat er ein schriftlich-telefonisches Umsetzungskonzept entwickelt, das die Seminarteilnehmer an ihrem eigenen Arbeitsplatz, im Kontext zu ihrer täglichen Arbeit, Schritt für Schritt in das System einführt. Anton Dostal ist Gastreferent an mehreren Bildungseinrichtungen und Leiter des StrategieCentrum-Kronberg.de (im Taunus).

News-ID: 422967 • Views: 1940 (Stand: 31.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/422967/Marketing-im-Dialog-Erfolg-beschleunigen-08.html>