

## Konzeptionell Kunden gewinnen

20.09.2010, 08:22 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *Peter Schreiber & Partner*

---



Managementberater und Verkaufstrainer Peter Schreiber

Wie Vertriebschefs mit ihren Mannschaften konzeptionell und pragmatisch neue Kunden gewinnen und Wettbewerber verdrängen

Hinweis:

Ein offenes Seminar zum Thema findet vom 11. – 12. November 2010 an der ZfU Business International School, Zürich (CH) statt.

Keine Frage: Neukunden gewinnen und Wettbewerber verdrängen gehören zum „daily business“ von Vertriebs-Profis. Denn Markteinbrüche und aggressive Wettbewerber sowie „natürliche“ Kunden- und Umsatzverluste durch Insolvenzen, Fusionen, Standortverlegungen und Technologiewandel bei Kunden zwingen jedes Unternehmen dazu.

Die Frage ist jedoch: Wie und wie gut macht dies die Vertriebsmannschaft eines Unternehmens?

Geht sie beim Akquirieren von Neukunden und Verdrängen von Wettbewerbern offensiv und systematisch vor oder

wartet sie primär auf durch die Marketingabteilung initiierte Anfragen?

Erfolgt die Neukunden-Akquise zur Umsatzsteigerung und der Versuch, Wettbewerber Kunden und Marktanteile abzufragen, primär in sporadischen Ad-hoc-Aktionen bei Umsatzmangel oder sind sie das Resultat eines auf Kontinuität ausgelegten, wohlüberlegten Verkaufskonzepts, das mit konkreten Verkaufs- und Arbeitszielen hinterlegt ist?

Wenn die Vertriebsserfolge Ihrer Vertriebsorganisation keine Zufallsprodukte sein sollen, klären Sie als Vertriebschef folgende Fragen:

#### 1. Motivierte Menschen

Wurden unsere Vertriebsmitarbeiter im Innen- und Außen-dienst von der Notwendigkeit, ständig neue Kunden zu gewinnen und Wettbewerber zu verdrängen, überzeugt – und zwar nachhaltig und mit plausiblen Fakten?

Haben sie diese Ziele verinnerlicht? Und sind sie von dem erforderlichen motivierenden Sportsgeist beseelt, um die Aufgaben aktiv anzugehen?

#### 2. Plausible Strategie

Haben wir mit den Mitarbeitern unser „Beuteraster“ klar definiert – also fixiert, auf welche Kunden(-gruppen) wir unsere Vertriebsaktivitäten warum fokussieren?

Und hat jedes Innen-/Außendienst-Team für seinen Verantwortungsbereich konkrete Zielkunden benannt, die es vorrangig angeht?

#### 3. Prozessorientierte Steuerung

Sind für den Akquisitionsprozess konkrete Meilensteine, Verkaufs- und Arbeitsziele definiert? Und existiert für deren Erreichung ein konsequent verfolgtes Steuerungssystem (Salesfunnel-Controlling)?

#### 4. Pragmatische Vorgehensweisen

Wurde mit den Vertriebsmitarbeitern in Workshops das praktische Vorgehen im Akquiseprozess motivierend erarbeitet – von der Zielkunden-Analyse über die Terminvereinbarung und den Erstbesuch bis hin zum „Unter-Dach-und-Fach-bringen“ des Erstauftrags und zum Betreuen der Kunden im Aftersales-Prozess?

Wurde dieses Vorgehen trainiert und live erprobt, so dass die Vertriebsmitarbeiter die erforderliche Verhaltenssicherheit im Vertriebsalltag haben?

#### 5. Verkaufsfördernde Tools

Wurden für die Mitarbeiter beziehungsweise mit den Mitarbeitern die notwendigen Tools erstellt wie etwa verkaufsunterstützende Zielkunden-Dossiers, ein motivierendes Salesfunnel-Controlling, verkaufsfördernd formulierte Briefvorlagen für die Kontaktabbahnung, das Zusenden von Unterlagen und die Terminbestätigung?

Was passiert, wenn man „abgewimmelt“ wird?

Werden diese Tools von den Mitarbeitern akzeptiert und eingesetzt sowie im Zuge eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses aufgrund der gemachten Erfahrungen optimiert?

Konnten Sie all diese Fragen mit einem herzhaften JA beantworten? Dann steht einer Steigerung Ihres Umsatzes, Ihrer Marktanteile sowie Ihres Ertrags nichts mehr im Weg.

Verdeutlichen Sie Ihren Mitarbeitern anhand von Erfolgsbeispielen, dass das Gewinnen von Wettbewerber-Kunden kein Hexenwerk ist. Es ist die logische Konsequenz persönlichen Engagements und konzeptionell durchdachter Vorgehensweise.

Weitere Infos und Anmeldung: [http://www.schreiber-training.de/seminare/seminare\\_details.php?id=3&seminar=erfolg-im-verkauf-von-projekten-dienstleistungen&language=de](http://www.schreiber-training.de/seminare/seminare_details.php?id=3&seminar=erfolg-im-verkauf-von-projekten-dienstleistungen&language=de)

## Portrait

Peter Schreiber & Partner in Ilsfeld bei Heilbronn ist als Unternehmensberatung und Trainingsinstitut auf Vertrieb und Marketing für die Investitionsgüter-Industrie spezialisiert. Kunden fordern die Experten aus dem PS&P-Team an, wenn es darum geht bessere Preise durchzusetzen, Preisanpassungen zu realisieren, neue bzw. Wettbewerber-Kunden zu gewinnen, Potenziale bei bestehenden Kunden durch Zusatzverkauf und Verkauf von Service-Leistungen besser auszuschöpfen, neu entwickelte Produkte mit kurzer Time-to-Market erfolgreich einzuführen, neue Märkte / Zielgruppen / Anwendungen systematisch durch Zielkunden-Strategien zu erschließen. Bei einigen Kunden entwickelt PS&P Unternehmens-Visionen, leitet daraus Strategien ab, definiert operative Ziele daraus, implementiert einen speziellen sellingplan<sup>®</sup> dazu und begleitet die Vertriebsmannschaften im Innen- und Außendienst bei der operativen Umsetzung bis zur Zielerreichung. Die Experten haben alle eine langjährige Berufserfahrung sowohl in täglicher Verkaufsarbeit als auch als Vertriebsführungskraft. Sie sind Autoren von Büchern und Fachartikeln und sind bei namhaften Veranstaltern als Referenten sowie an Hochschulen als Lehrbeauftragte tätig. Damit verknüpfen Sie für Ihre Kunden ideal Wissenschaft und Praxis. – Ein Berater-, Coach- und Trainer-Team mit dem Auge für das Machbare!

---

News-ID: 467411 • Views: 942 (Stand: 03.05.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/467411/Konzeptionell-Kunden-gewinnen.html>