

VERTRIEBSUNTERSTÜTZENDE KOMMUNIKATION

Mit Kaltakquise neue Kunden gewinnen



Am 18. Oktober 2017 von [Ilka Stiegler](#)
[Noch kein Kommentar](#)

Twittern

0

G+

Gefällt mir

Das Wort Kaltakquise ruft bei den meisten Vertriebsmitarbeitern und Geschäftsführern ein eher unbehagliches Gefühl hervor. Die Gründe hierfür sind wie z. B. die Angst vor Ablehnung durch den potentiellen Kunden vielfältig. In der Praxis gibt es verschiedene Wege und Möglichkeiten, Kaltakquise zu betreiben.



Bei der Kaltakquise muss sich der Unternehmer vorher mit seiner Zielgruppe befassen, um erfolgreich zu sein.
Foto: ©BrianAJackson/Depositphotos.com

Neben der Kaltakquise durch die Telefonie gehören dazu Mailings, die Neukundengewinnung über Empfehlungen, die Akquise über Partner, über [Social Media Kanäle](#) oder aber auch die Direktansprache auf [Messen](#) und sonstigen Netzwerkveranstaltungen. Hierunter sind die Methoden des Empfehlungs- und Social Media Marketings aktuellen Studienergebnissen zufolge immer beliebter. Trotz modernerer Technologien wird das Telefonmarketing auch weiterhin eine wichtige Rolle in der Kaltakquise spielen.

Strategische Vorarbeit bei Kaltakquise sorgt für mehr Erfolg

Alle Kanäle haben dabei etwas gemeinsam: Der Unternehmer muss sich mit seiner Zielgruppe befassen und sie von den eigenen Produkten überzeugen. Diese Vorüberlegungen sind ein Muss und die Basis jeder erfolgreichen Vertriebs- und Kommunikationsarbeit:

- ▶ Wer sind die Zielgruppen für die Produkte und Dienstleistungen? (z. B. Endkunden, andere Unternehmen, Branchen, Größenklassen)
- ▶ Wo liegt der regionale Fokus?
- ▶ Für welche Multiplikatoren können die Produkte außerdem interessant sein?
- ▶ Was sind die Kernkompetenzen und Alleinstellungsmerkmale?
- ▶ Was ist der Nutzen / Mehrwert für den Kunden?

Einfach ist Kaltakquise nicht, denn mit jedem Anruf oder jeder Kontaktansprache auf der Messe ist ein mögliches Nein verbunden. Es gehören Überwindung und Mut dazu. Im Unternehmensalltag gibt es viele mögliche Ausreden, warum keine Akquise erfolgt ist und das Thema immer wieder verschoben wird. Gelingt jedoch die Ansprache und potenzielle Kunden können vom Produkt oder der Dienstleistung überzeugt werden, lassen sich der Kundenstamm ausbauen und der Umsatz steigern.

Handwerk lernen und Dranbleiben!

Was ist nötig, um Kaltakquise erfolgreich zu betreiben? Eins ist klar: Die notwendigen Fähigkeiten müssen wie ein Handwerk erlernt werden – fast niemand ist ein Naturtalent. Dafür gibt es am Markt gute und erfahrene Verkaufstrainer. Zu den Erfolgsfaktoren gehören: die Leidenschaft für das eigene Unternehmen und dessen Produkte oder Dienstleistungen, eine sorgfältige Auseinandersetzung mit der Zielgruppe und eine gute Vorbereitung. Wichtig ist außerdem die konsequente Umsetzung nach festen Zielen und üben, üben, üben. Mit einer gewissen Routine kann die Kaltakquise sogar Spaß machen. Für alle Unternehmer, die mit Kaltakquise so gar nicht warm werden, kann sich eine externe Unterstützung lohnen.

Kurz und knapp : Tipps für die perfekte Kaltakquise

- ▶ Zielgruppenanalyse ist das A und O – die Akquise kann nur erfolgreich sein, wenn sie an die richtige Zielgruppe gerichtet ist.
- ▶ Lampenfieber und Unsicherheit vor Kundengesprächen? Hilfreich sind Rhetorikseminare und Coachings für eine erfolgreiche Gesprächsführung.
Stehen Sie mit Leidenschaft zum Unternehmen sowie zu den Produkten und Dienstleistungen, die es anbietet – erst dann kann Kaltakquise Spaß machen und Sie wirken beim Kunden erst wirklich authentisch.
- ▶ Lassen Sie sich von einem Nein nicht gleich entmutigen – das muss nicht zwangsläufig eine endgültige Absage sein.
- ▶ Holen Sie sich im Vorfeld sicherheitshalber eine rechtliche Beratung ein, was erlaubt ist und was nicht (unzumutbare Belästigung, §7 UWG). Hier gibt es große Unterschiede zwischen Privat- und Geschäftskunden.
- ▶ Prüfen Sie genau, welche Akquiseformen Sie nutzen und wie Sie diese kombinieren: Je nach Zielgruppe, Produkt sowie Branche sind unterschiedliche Methoden zielführend und erfolgreich.
- ▶ Falls Sie keine passenden internen Kapazitäten haben, denken Sie über eine externe Unterstützung nach: lieber auslagern als vollkommen auf die Chancen der Kaltakquise verzichten.