

VORWORT

Liebe Leserin, lieber Leser!

Als wir dieses Buch zur Neukundengewinnung planten, ahnten wir nicht, welchen Fokus das Thema Akquise bekommen würde, denn durch die Covid-19-Pandemie und die notwendigen Lockdowns haben viele Unternehmen Kunden verloren. Deshalb wurde es in vielen Fällen nötig, etablierte Vertriebs- und Akquisemaßnahmen zu überdenken. Unser Ziel ist es, Ihnen mit diesem Buch einen Wegweiser an die Hand zu geben, mit dem Sie neue Kunden akquirieren und Ihren Umsatz effektiv steigern können.

Jede Krise birgt auch eine Chance. Nutzen Sie die Herausforderungen dieser Zeit, um sich neu zu positionieren und eine krisensichere Strategie für Ihre Neukundengewinnung zu finden! Wir möchten Sie dazu einladen, unter unserer Anleitung Ihre persönliche Erfolgsstrategie zu entwickeln und umzusetzen.

Die aktuelle Situation beschleunigt den digitalen Wandel, der seit Jahren das Kaufverhalten von Menschen und Unternehmen verändert. Schon vorher wurden verstärkt digitale Vertriebswege genutzt. Die Bedeutung der sozialen Medien und die Möglichkeiten digitaler Kommunikation haben sich ebenfalls ganz selbstverständlich in unserem Alltag etabliert. Diese Entwicklung wird sich nun noch weiter und schneller fortsetzen.

Während des Lockdowns wurden in einer Geschwindigkeit, die in vielen Firmen vorher nicht denkbar gewesen wäre, neue Formen der Zusammenarbeit erschlossen. Homeoffice, Messenger und Videokonferenzen haben die Unternehmen weltweit erobert. Einer der Vorteile ist, dass durch die digitalen Kommunikationswege Zeit, Mühe und Geld gespart werden. So konnten auch wir erleben, wie innerhalb kürzester Zeit ein Vertrag zwischen mehreren internationalen Stakeholdern an verschiedenen Standorten zustande kam,

der sonst Monate gedauert hätte. Und das ohne aufwendige Flugreisen oder komplizierte Terminvereinbarungen für Treffen an verschiedenen Orten der Welt. Warum etliche Stunden in Flugzeugen, Terminals, Hotels und Taxis auf dem Weg nach Südamerika verbringen, wenn es auch entspannt per Videokonferenz geht?

Solche und ähnliche Erfahrungen werden das Wirtschaftsleben der Zukunft nachdrücklich prägen. Und es gibt noch einen weiteren Pluspunkt: Wenn wir unnötige Flugreisen durch Videokonferenzen und andere digitale Medien ersetzen, sparen wir nicht nur Ressourcen, sondern leisten auch einen Beitrag für die Umwelt durch einen geringeren CO₂-Ausstoß.

Mit unserem Buch über Neukundengewinnung möchten wir Sie für die Zukunft rüsten und neue Impulse für die Gewinnung von Neukunden in einer mehr und mehr digitalisierten Welt geben. Wir zeigen Ihnen, wie Sie gezielt Ihre Conversion Rate erhöhen können: analog und digital. Nutzen Sie unser Buch als Tool Box für Ihre persönliche Verkaufsstrategie!

Ein Schwerpunkt liegt auf den Touchpoints als Schnittstelle zum Kunden. Wir haben die unserer Erfahrung nach relevantesten traditionellen und digitalen Touchpoints für Sie ausgewählt – vom Point of Sale, der Kaltakquise, dem persönlichen Kontakt auf der Fachmesse und dem Empfehlungsmarketing bis hin zum Online-Marketing und zur professionellen Kundenansprache über soziale Medien.

Seit vielen Jahren sind wir aktiv im Vertrieb tätig und verstehen uns als Vertriebspraktiker. Wir zeigen Ihnen ganz konkret, wie Sie mit vertretbarem Aufwand neue Kunden gewinnen. Sie können das Buch als Schritt-für-Schritt-Anleitung, aber auch als Nachschlagewerk nutzen. Die praktische Anwendung steht im Mittelpunkt, weshalb wir für Sie Arbeitsblattvorlagen integriert haben. Auf den folgenden Websites können Sie die Arbeitsblätter als Pdf herunterladen und für Ihre Zwecke verwenden: www.salesday.de/downloads und www.dr.schabel.de/downloads. Die wichtigsten Fachbegriffe erklärt ein Glossar am Ende des Buches.

Das Motto unserer Praxisseminare gilt auch für unser Buch: „Keep it short and simple“. Jeder Mensch kann nur maximal fünf bis neun Informationseinheiten im Kurzzeitspeicher aufnehmen. Deshalb besteht dieses Buch aus drei Teilen: Plan – Heat – Win. Diese Reihenfolge orientiert sich am konkreten Verkaufsprozess: 1. Planen, 2. Warm Leads generieren, 3. Aufträge mit Gewinn abschließen.

Unser Dank gilt zudem Herrn Prof. Dr. Felix Buchmann, der uns mit seiner Expertise bei der Erarbeitung des Kapitels „Rechtliche Rahmenbedingungen für die Neukundengewinnung“ unterstützt hat. Er ist anerkannter Experte für E-Commerce und Fernabsatzrecht sowie Fachanwalt für IT-Recht. Prof. Dr. Felix Buchmann ist selbst Autor zahlreicher wissenschaftlicher Publikationen, insbesondere zum E-Commerce und Wettbewerbsrecht sowie Professor für Wirtschaftsprivatrecht an der Hochschule Pforzheim.

Wie die Neukundengewinnung ist auch das Schreiben eines guten Buches abhängig von Menschen. Deshalb geht unser Dank an Silja von Rauchhaupt, die uns immer mit Rat und Tat zur Seite stand und als Lektorin hervorragende Arbeit leistete. Für uns als Autoren war es wichtig, dass unser Buch Spaß macht. Dazu sollen das professionelle Layout und die kreativ gestalteten Illustrationen beitragen. Unser herzlicher Dank dafür geht an Tim Heidler.



In diesem Buch werden Sie eine Kollegin und ein Kollege aus dem Verkauf begleiten, die sich ihre eigenen Gedanken zu den Themen im Buch machen und Fragen stellen, die wir aus der Praxis heraus beantworten.

Wir haben die beiden deshalb in unser Buch aufgenommen, weil wir nicht gerne Monologe halten, sondern lieber in den Dialog treten: mit unseren Unternehmenskunden, unseren Kooperationspartnern, unseren Seminarteilnehmer/innen – und mit Ihnen! Gerne beantworten wir auch Ihre Fragen zur Neukundengewinnung. Schreiben Sie einfach an info@salesday.de oder an info@drsabel.de. Wir freuen uns über Ihr Feedback.

Und jetzt wünschen wir Ihnen viel Freude bei der Lektüre und bei der Gewinnung neuer Kunden!

René Czaker

Lorch, September 2021

Dr. Steffen Schabel

Garching b. München, September 2021