

# NEWAYSletter

## Pröll - 2 / 2016



Sehr geehrte Damen und Herren,

Warum Neukundengewinnung?

Diese Frage erscheint nur am ersten Blick selbstverständlich. Es gibt viele Verkäufer, aber auch Unternehmen, die so agieren, als hätten sie es nicht nötig, neue Kunden zu gewinnen. Sie sind mit ihren bestehenden Kunden erfolgreich und gut ausgelastet. Aber die Sicherheit, in der sie sich wiegen, ist trügerisch: Der Markt ändert sich laufend, Kunden kommen und gehen, die Sieger von heute können morgen weg vom Fenster sein, neue Konkurrenten bringen neue Produkte auf den Markt, und die Bedürfnisse der Verbraucher wechseln oft sprunghaft mit jedem neuen Trend. Wer erst dann beginnt, Neukunden zu akquirieren, wenn die Umsätze zurückgehen, ist häufig zu spät dran. Daher sollte Neukundengewinnung immer das Herzstück unserer Verkaufsaktivitäten sein, das wir nie vernachlässigen dürfen. Wie gehen wir dabei am besten vor? Drei Faktoren sind erfolgsentscheidend:

- Marktanalyse
- Strategie
- Konsequenz

Wollen Sie herausfinden, wie effektiv Sie in der Neukundengewinnung sind und welchen Ansatzpunkt es zur Verbesserung gibt? Dann beantworten Sie einfach die folgenden Fragen:

### Marktanalyse

- Weiß ich, welche potenziellen Kunden es in meinem Markt gibt?
- Kenne ich ihre Bedürfnisse in Hinblick auf meine Produkte?
- Sind meine Informationen über Branchen, Firmen und Konsumenten aktuell?
- Sind mir meine Mitbewerber und ihre Stärken bekannt?
- Suche ich gezielt nach Chancen für mich in neuen Trends?

### Strategie

- Verfolge ich eine klare Strategie zur Neukundengewinnung? (geografisch, nach Kundengröße, nach Branchen,...)
- Weiß ich, welchen Nutzen meine Produkte welchen Kunden bieten?
- Setze ich danach meine Prioritäten bei der Neukundenakquise?
- Informiere ich nicht nur bestehende, sondern auch potenzielle Kunden regelmäßig über meine Produkte?
- Entscheide ich bewusst und individuell, wie ich mögliche Neukunden anspreche?

### Konsequenz

- Betreibe ich Neukundenakquise permanent und unabhängig vom aktuellen Geschäftserfolg?
- Nütze ich mein berufliches und privates Netzwerk, um in Kontakt mit potenziellen Kunden zu kommen?
- Suche ich bei Neukunden konsequent den Kontakt zu Entscheidern?
- Kontaktiere ich einen vielversprechenden Kunden wiederholt, wenn der erste Versuch nicht erfolgreich war?
- Evaluiere ich regelmäßig die Effektivität meiner Neukundengewinnung, um sie zu optimieren?

Wenn Sie alle Fragen guten Gewissens mit Ja beantworten können, gratuliere ich Ihnen herzlich! Sie widmen sich dieser wichtigen Aufgabe vorbildlich und müssen Sie sich um Ihr zukünftiges Neukundengeschäft keine Sorgen machen.

Falls Sie jedoch bei der einen oder anderen Frage unsicher geworden sind, schauen Sie sich genau diesen Aspekt näher an – Gerne unterstützen wir Sie dabei konkrete Verbesserungsmöglichkeiten zu finden.

Wann starten Sie Ihr [Kunden-Erneuerungs-Programm?](#)

Viel Erfolg dabei wünscht Ihnen Ihr

Dieter Pröll