

LEICHTER VERKAUFEN FÜR TRAINER

Best of Akquise



Foto: Warchi/iStockphoto.com

Nur wer selbst von seinem Produkt oder seiner Dienstleistung begeistert ist, kann auch andere davon überzeugen.

Viele Trainer und Coachs tun sich schwer damit, ihre Leistung an den Kunden zu bringen. Dafür gibt es viele Gründe: Ihr Angebot ist noch nicht klar genug, sie haben Angst vor einem Nein oder sie sind ungeübt in Akquisegesprächen. Doch mit den passenden Schritten, Ideen und Reframings lässt sich mehr Freude und Leichtigkeit in die Akquise bringen. Tanja Peters stellt ihre Top 7 vor.

Immer noch macht das Thema Akquise und Verkauf viele Trainer, Berater und Coachs nervös. Warum? Weil sie Angst vor der möglichen Ablehnung haben. Und weil sie oft immer noch das Bild vom klinkenputzenden Handelsvertreter vor sich haben. Und der wollen sie auf keinen Fall sein.

Doch Akquise kann man lernen – und das sogar mit Freude und Leichtigkeit! Denn es bringt eine große Zufriedenheit mit sich, das eigene Geschäft bewusster zu steuern und die Auswahl

der Kunden so zu beeinflussen, dass nicht nur mehr Umsatz dabei rumkommt, sondern das Ganze auch noch mehr Spaß macht. Dafür habe ich die aus meiner Sicht wichtigsten Schritte, fruchtbarsten Ideen und besten Reframings in meinen persönlichen Top 7 zusammengefasst:

1. Seien Sie selbst begeistert!

Nur wer selbst von seinem Produkt oder seiner Dienstleistung begeistert ist, kann auch andere davon überzeugen. Hier zeigt sich schnell, ob man vielleicht doch noch Zweifel an seinem Produkt, seiner Kalkulation oder der Wirksamkeit seiner Leistung hat.

Wer das merkt, für den lautet die erste Aufgabe: neu kalkulieren, das Produkt ergänzen oder den Kundennutzen erhöhen. Vielleicht merkt man aber auch, dass es nicht am Produkt oder der Leistung liegt, sondern an dem, was man über sich oder seine Leistung denkt. Oder vielleicht sogar über das Akquirieren?

Sabotierende Glaubenssätze erschweren das Verkaufen

Sabotierende Glaubenssätze halten viele Menschen davon ab, ihre Dienstleistung mit Stolz und Freude zu präsentieren und zu verkaufen. Aber das muss nicht sein! Es gibt viele Möglichkeiten, diese Sätze und Blockaden zu lösen, damit der Weg für die Akquise frei wird.

Es empfiehlt sich, einen guten Coach zu suchen, diese Sätze möglichst schnell über Bord zu werfen und an dem richtigen Mindset zu arbeiten. Denn das braucht man, um seinen potenziellen Kunden am anderen Ende der Leitung oder beim persönlichen Gespräch vom eigenen Angebot zu überzeugen.

2. Seien Sie klar!

Für Bauchladenträger – sprich: Trainer, Berater und Coachs mit einem riesigen Angebot und ohne gute Marktpositionierung – ist die Akquise schwer. Denn beim Verkauf gibt es einen Aspekt, der vielen entweder unbekannt ist oder den sie einfach ignorieren: Der Kunde sollte den größten Redeanteil im Gespräch haben. Immer! Den Kunden so lange zu „belabern“, bis er aufgibt und Ja sagt, gehört in die Vertriebstechiken der 90er-Jahre – und sollte auch dort bleiben. Wenn man nun ein sehr breites Angebot hat und entsprechend viele Themen beim Gespräch platzieren will – wie wird die Redebilanz dann wohl ausfallen?

Je klarer das Angebot, desto einfacher das Akquisegespräch

Je klarer man mit seinem Angebot ist, umso einfacher wird das Gespräch. Wer sich aktuell noch nicht von seinem Bauchladen trennen will, kann zumindest aus den vielen Angeboten nur eines herauspicken, für das man ab sofort aktiv Akquise betreibt. Sobald

man dann erste Trainings oder Coachings bei diesem Kunden verkauft hat, kann man dort auch noch andere Themen platzieren.

Eine gute Frage, um Klarheit für sein Angebot zu bekommen und es noch mal zu überprüfen: Welches konkrete Problem löse ich damit bei meinem Kunden? Wenn die Antwort darauf noch nicht klar ausfällt, sollte man noch mal am Angebot feilen. Man kann auch einfach den potenziellen Kunden fragen, für welche Probleme er noch keine Lösung hat.

3. Die Sache mit dem Nein

Viele Menschen hält die Angst vor einem Nein davon ab, den Hörer in die Hand zu nehmen und neue Kunden zu akquirieren. Folgende Sicht darauf ist hilfreich: Ein „Nein“ hat man aktuell sowieso schon. Denn wenn es sich um Kaltakquise handelt, hat man weder einen bestehenden Kontakt noch einen Auftrag von dem potenziellen Kunden vorliegen, was einem „Nein“ gleichkommt. Greift man zum Hörer, hat man die Chance, diese Situation zu verändern – oder sich eben dieses Nein bestätigen zu lassen. Mir hat dieses Reframing geholfen, meine Angst vor der Ablehnung zu überwinden.

Fokus auf das Gespräch, statt auf den Verkauf

Mit einer zweiten Idee konnte ich den Druck noch weiter reduzieren: Egal ob

jemand kauft oder eben nicht, versuche ich immer, ein gutes Gespräch zu führen. Das hat für mich den Fokus auf das Verkaufen herausgenommen. Jetzt speichere ich ein Gespräch nicht mehr nur dann als positiv ab, wenn es erfolgreich war, also zu einem Abschluss geführt hat. Heute führe ich viele gute Gespräche mit meiner Zielgruppe und erfahre sehr hilfreiche Dinge, auch wenn nicht jedes Akquisegespräch zu einem Auftrag führt. In diesen Gesprächen finde ich dann oft auch heraus, welches Problem mein Kunde noch nicht gelöst hat, und kann entweder selber eine Antwort darauf entwickeln oder aber einen passenden Kollegen empfehlen.

4. Gute Vorbereitung ist die halbe Miete Sich auf das Gespräch vorzubereiten, ist enorm wichtig. Wenn das Angebot klar ist, macht es Sinn, sich einen Gesprächsleitfaden zu erstellen. Entscheidend ist, nah bei sich selbst zu bleiben, bei der eigenen Sprache, dem eigenen Gesprächsstil – sonst wirkt es schnell aufgesetzt.

Wichtig: viele Fragen stellen

Zum Einstieg halte ich persönlich es mit dem Verkaufstrainer Tim Taxis und frage nach der Begrüßung, ob ich direkt zum Punkt kommen darf. Dazu sagt so gut wie niemand Nein. Danach macht es Sinn, viele Fragen zu stellen und später die vom Kunden benannten Aspekte im Angebot zu wiederholen.

Hier ein Beispiel, wie ein Akquisegespräch aufgebaut werden kann:

Trainer: Wenn Sie an Ihre aktuellen Rahmenvertragspartner im Bereich Training denken, gibt es ein Thema, das diese noch nicht bei Ihnen abbilden?

Kunde: Ja, zum Beispiel Verhandlungen mit schwierigen Personen.

Trainer: Verstehe, das ist ja auch ein herausforderndes Thema. Was wäre Ihnen denn bei diesem Thema besonders wichtig?

Kunde: Na, dass die Teilnehmer lernen, bei solchen Verhandlungen nicht so leicht aufzugeben.

Trainer: Oh ja, das verstehe ich gut. Sind noch andere Aspekte für Sie wichtig?

Kunde: Schön wäre auch, wenn alle ein bisschen mutiger verhandeln würden und sich trauen, auch mal wirklich große Forderungen zu stellen oder einfach mal Nein zu sagen. (Bitte möglichst alle Aspekte abfragen, aber oft reichen auch zwei bis vier.)

Trainer: Darf ich fragen, welcher der genannten Aspekte für Sie die größte Priorität hat?

Kunde: Mir wäre das mit dem Mut wirklich am wichtigsten.

Trainer: Darf ich auch noch fragen, warum genau dieses Thema für Sie so wichtig ist?

Kunde: Ich glaube einfach, dass die Kollegen viel mehr könnten, wenn sie sich das zutrauen würden – auch in anderen Bereichen.

Trainer: Mal angenommen, mein Training würde genau diese Aspekte beinhalten und Ihre Kollegen dazu befähigen, mutiger zu werden, in Verhandlungssituationen nicht so schnell aufzugeben, sich zu trauen, Nein zu sagen und darüber hinaus auch in anderen Bereichen selbstbewusster zu agieren und über sich hinauszuwachsen: Hätten Sie Interesse, ein solches Training für Ihre Abteilung zu buchen?

Kunde: Wenn das möglich wäre in einem Training, dann würde ich das sofort buchen.

Nach diesem sogenannten „Testabschluss“ geht es weiter mit dem Gespräch. Hier könnte sich zum Beispiel ein persönlicher Kennenlerntermin oder die Zusendung eines konkreten Angebotes für dieses Training anschließen.

An diesem Beispiel ist gut zu erkennen, dass es im ersten Schritt nicht darum geht, den Kunden mit Qualifikationen, tollen Erfolgen oder Produkten zu „erschlagen“, sondern wirklich ins Gespräch zu kommen und herauszufinden, was die Herausforderung oder die Problemstellung überhaupt ist.

Regelmäßige Zeitfenster für die Akquise einplanen

Neben einem persönlichen Leitfaden für Gespräche sollte man auch

Wer zum ersten Mal akquiriert, sollte liebevoll mit sich umgehen und sich dafür belohnen, sich überhaupt getraut zu haben – unabhängig vom Ergebnis. Jede neue Tätigkeit hat eine Lernkurve.

regelmäßige Zeitfenster für die Akquisetätigkeit einplanen. Am besten, man schaltet alles andere aus, räumt den Schreibtisch möglichst leer und konzentriert sich völlig auf die Tätigkeit und das Gespräch mit dem potenziellen Kunden.

5. Übung macht den Akquisemeister

Wer zum ersten Mal akquiriert, sollte möglichst liebevoll mit sich umgehen und sich dafür belohnen, sich überhaupt getraut zu haben – unabhängig vom Ergebnis. Jede neue Tätigkeit hat eine Lernkurve. Auch bei der Akquise heißt es: mutig starten und auf dem Weg besser werden! Am Anfang empfiehlt es sich, nach jedem Gespräch kurz zu reflektieren, wie es war. Dabei helfen drei Fragen:

- ▶ Was ist mir gut gelungen an diesem Gespräch? Bitte notieren und beim nächsten Mal verstärken!
- ▶ Gab es einen Punkt, an dem ich das Interesse des

Kunden besonders geweckt oder das Gespräch sogar für mich entschieden habe? Bitte notieren und beim nächsten Mal wieder nutzen!

- ▶ Was ist mir nicht gut gelungen? Wo habe ich das Interesse des Kunden verloren? Ebenfalls notieren und zukünftig unterlassen!

Es gibt (fast) immer eine zweite Chance

Manche Trainer und Coaches plagt die Sorge, dass sie bei einer wichtigen Firma ein schlechtes Gespräch haben und dann keine zweite Chance mehr bekommen. Ich selber war über 20 Jahre im Einkauf tätig und kann an dieser Stelle beruhigen: Man merkt sich nicht jeden Akquiseanruf. Nur die besonderen – im Guten wie im Schlechten – bleiben einem im Gedächtnis. War das Gespräch also nicht erfolgreich oder ist einfach nicht gut gelaufen, steht diese Firma aber auf der Wunschkundenliste, kann man sie in ein paar Monaten auf Wiedervorlage packen und sein Glück erneut versuchen.

6. Öffnen Sie Ihr Herz!

Das klingt vielleicht ein wenig befremdlich beim Thema Akquise, aber es gehört genau hier hin. Denn nur zu

oft sind wir mit uns selbst beschäftigt: mit dem tollen Umsatz, den wir machen möchten, mit dem Erfolg, den wir bitte jetzt sofort haben wollen, mit der Sicherheit, die wir haben wollen, dass unser Geschäft gut läuft. Da vergisst man schon mal, dass am anderen Ende des Tisches oder der Leitung ein Mensch mit eigenen Sorgen, Gedanken und Ideen sitzt. Geschäft wird immer von Mensch zu Mensch gemacht! Wenn man also bereit ist, sein Herz zu öffnen und wirklich zuzuhören, um diesem Menschen ein für ihn wertvolles Angebot zu machen, kann eigentlich nicht mehr viel schiefgehen.

7. Ein bisschen Spaß muss ein

Mit Begeisterung und Freude gehen die Dinge nicht nur leichter von der Hand, man ist so auch erfolgreicher in ihnen. Deshalb nutze ich für die Akquise gerne die Analogie zum Spielen: Spiele machen Spaß, sonst würde man sie nicht spielen.

Der nächste Spielzug kann alles ändern

Mit diesem Bild wird nicht nur der sportliche Ehrgeiz geweckt, es bringt auch eine gewisse Flexibilität in das Ganze: Mal gewinnt man, mal verliert man. Und es macht klar, dass es hier nicht um Leben und Tod geht, sondern nur um einen Auftrag. Sollte es damit mal nicht klappen, bietet der nächste Spielzug die Chance, das wieder zu ändern.

Tanja Peters ■



Die Autorin: Tanja Peters ist Expertin für Mut, Positionierung und Verhandlung. Mit ihren Coachings, Vorträgen und Seminaren unterstützt sie vor allem Selbstständige auf ihrem Weg. Kontakt: www.dieMUTberaterin.de

Training *aktuell*

Testen Sie einen Monat lang
Training *aktuell*

Für nur
8€

Testen Sie ...



Training *aktuell*

Eine Ausgabe mit aktuellen Markt-
daten, Branchenwissen, Praxistests,
Seminarbausteinen, Coachingideen,
Trainermarketing und Tools



Trainerkoffer

Für Ihren Testzeitraum richten wir
Ihnen eine Mini-Flat auf 3.000 Tools,
500 Bilder, 200 Inputs
und 80 Musterverträge ein



Fachbücher

Sparen Sie bereits im Testmonat
bis zu 20% beim Kauf von
Büchern und eBooks
der Edition **Training aktuell**



Marktstudie

Laden Sie sich gratis das eBook der
aktuellen Studie
Weiterbildungsszene Deutschland
im Wert von 99,50 EUR

Jetzt einen Monat lang für nur 8,- Euro testen



www.trainingaktuell.de/testen