

Angebotsstrategien für (Jung-)TrainerInnen (1)

Nicht mit dem Bauchladen akquirieren

Rene´ Busch, Marketing und Verkaufstraining

Gerade junge TrainerInnen tun sich mit dem Erstellen von Angeboten schwer. Wir haben Rene´ Busch, einen erfolgreichen Kollegen gewinnen können, über seine Art der Angebotserstellung und -verhandlung zu berichten. Wie wirksam seine Tips sind, wird durch intensive Nachfrage seiner Kunden belegt. Heute starten wir mit der Vorbereitung des Angebots.

Überzeugende Angebote setzen eine genaue Marktkenntnis voraus, die ich auch dem Kunden gegenüber dokumentieren können sollte. Deshalb halte ich es für sehr wichtig, daß der junge Trainer in einem Bereich einsteigt, in dem er über sichere Fachkenntnisse verfügt. Das können Kenntnisse aus dem erlernten Beruf, der aktuellen Tätigkeit oder einer Zusatzausbildung sein. Wichtig ist, daß man seinen Kundenkreis eingrenzt und dadurch den Marktbereich genauer ins Auge fassen kann!

Beispiel: Als Kenner des Gartenfachhandels (z.B. durch Lehre als Gärtner) habe ich gegenüber anderen, die die Branche nicht kennen immense Vorteile. Ich kenne die Sprache, Umgangsformen, wichtigsten Lieferanten, grundsätzlichen Probleme der Branche.

Bitte nicht von Trainern irritieren lassen, die diese Methode herabsetzen als KEBS (Kennt die Branche sicher ...).

Branchen-Analyse:

- Wie ist die allgem. Branchensituation (Wettbewerb, (globale) Hindernisse, Schwierigkeiten der Unternehmen, ...)
- Marktdaten (Anzahl der Unternehmen, Größe, Umsätze, Produkte, Marktführer ...)

Nachdem ich die allgemeine Analyse der Branche durchgeführt habe, weiß ich schon bedeutend mehr, als viele KollegInnen, die u.a. auch mal in der Branche trainieren, aber nie so richtig Fuß fassen werden.

Nächster Schritt: Firmen für die Akquise herausuchen und auch diese analysieren, bevor ich mir die interessantesten auswähle.

Kunden-Analyse:

- Unternehmensdaten
- Wer ist wofür zuständig? (Ansprechpartner, Entscheider)
- Welche Ziele hat das Unternehmen?
- Welches sind die brennendsten Probleme?

Die Informationen bekomme ich aus Datenbanken, Zeitungsarchiven, Mitarbeitern, Kunden, etc. Mit diesen Informationen (Aufhänger: brennendste Probleme) versuche ich ein persönliches Gespräch zu bekommen und statt ein pauschales Angebot zu unterbreiten - wie es viele KollegInnen machen - noch einmal die folgenden Fragen zu klären:

Fragen zur Angebotsvorbereitung:

- Welche Ziele haben Sie?
- Was ist Ihr aktueller Engpaß?
- Was wollen Sie verändern?
- Wie ist Ihre Unternehmensphilosophie?
- Kennen auch Ihre Kunden / MA Ihre Unternehmensphilosophie?

Wenig erfolgreich: pauschale Angebote an große Menge von Firmen, in der Art: *Ich biete an Ich bin ein Super-Trainer! Wir haben tolle Kunden ...! Dieses Training wird gerne gekauft ...!*

Präsentationen müssen individuell auf die Bedürfnisse des einzelnen Unternehmens zugeschnitten sein („Maßanzüge“), damit sie Beachtung finden.

Fragen & Antworten zum Thema Akquise

Immer wieder gibt es im Zusammenhang mit dem Thema „Akquisition“ Fragen, bei denen der Rat eines erfahrenen Trainers eine echte Hilfe sein kann. Hier möchten wir anknüpfen und den Fragen insbesondere junger KollegInnen in der neuen Rubrik: „Fragen und Antworten“ Rechnung tragen.

Fall 1: Sie kommen nach einer Mailing-Aktion nicht an den Geschäftsführer heran?

Dann haben ihn Ihre Unterlagen „nicht vom Hocker gerissen“. Mit einer zweiten Chance kann es vielleicht doch noch funktionieren:

Informieren Sie sich über das Unternehmen, präsentieren Sie neutrale Marktdaten, Trends, Renditen ... Ergebnisse dann in einem persönlichen Schreiben vorstellen.

„In Ihrem Markt sind also folgende Potentiale vorhanden: ... „Frage dazu: „Sind Sie an der Erhöhung (z.B.) Ihrer Renditen um x % interessiert?“ Wenn ja, dann weiter mit z.B.:

„Eine Umsetzung dieses Zieles in Ihrem Sinn kann folgendermaßen aussehen: a) ..., b) ..., c) ...“ (in kurzen Stichworten Plan **skizzieren!**) „Damit Sie einen genauen Überblick erhalten, investieren Sie 45 Minuten und eine Tasse Kaffee. Weiter nichts. Wann haben Sie Zeit?“

Fall 2: Welche meiner Stärken hebe ich am besten hervor?

(Typische Frage einer falschen Akquise!)

Keine! Das interessiert keinen Kunden!!!

Der Kunde möchte i.d.R. Geld verdienen und nicht ausgeben!

Zeigen Sie statt dessen dem Kunden einen Weg, wie sie mit Ihnen Geld verdienen, und Sie gewinnen Freunde und Kunden!!!

Benutzen Sie dazu Marktdaten, Trends, Wege, ...

Fall 3: Was will ich erreichen, was ist meine Philosophie?

Die Beschäftigung mit dieser Frage lohnt unbedingt. Besonders auch deshalb, weil die MEISTEN KollegInnen sich darüber KEINE Gedanken machen! Finden Sie Ihren USP (Unique selling proposition) und Sie werden sehen: „es rennt Sie um“.

Fall 4: Training war schön, hat aber nichts gebracht.

Der Fall, vor dem sich viele Trainer fürchten. Also weg vom Kunden und neuen suchen?

Nein! Ran an den Mann / die Frau!

„Lieber Kunde, Du hast den ersten Schritt getan, Geld investiert, der ROI (Return on Investment) ist gering. Aber:

Ein Arzt wird man in 10 Semestern, ein Handwerker lernt drei Jahre, und nun sollen Deine Leute in drei Tagen zu Superstars werden? Wer A sagt, muß auch B tun und zur Sicherung Deiner Investition gibt es folgende Möglichkeiten: a) ..., b) ..., c) Zudem gebietet es meine Trainer-Ehre dies Ergebnis nicht so stehen lassen. Ich biete Dir an, kostenlos folgendes zu machen ..., um das vereinbarte Ziel doch noch zu erreichen.“

Trotz erstem Mißerfolg kann das nun doch noch ein sehr zufriedener Stammkunde werden.

Haben Sie auch Fragen, zum Thema Akquisition? Dann schreiben Sie an den Trainer-Kontakt-Brief . Wir werden Ihre Fragen in einer der folgenden Ausgaben beantworten.