



## Warum soll ein (potentieller) Kunde bei Ihnen kaufen ?

René Busch

Die scheinbar so banale Frage besitzt einen Tiefgang, der sich spätestens bei den Ergebnissen offenbart. Bieten Sie dem Kunden Nutzen, erkennt er den Unterschied zu anderen (gleichwertigen) Anbietern?

Dazu habe ich heute einen Katalog an Fragen zusammengestellt, mit dem Sie Ihren Kundennutzen einfach überprüfen können. Gleichzeitig testen sie die Besonderheit Ihres Angebotes. Viel Spaß!

### Einstellung, Begeisterung

- 1 Wie ist Ihre Einstellung zur Akquisition, was bedeutet Akquisition für Sie?
  - 1.1 ein "lästiges Übel" oder
  - 1.2 eine freudige Aufgabe
- 2 Ich bin von meiner eigenen Arbeit und den Vorteilen, die ich biete:
  - 2.1 selbst stark begeistert
  - 2.2 wenig begeistert.
- 3 Wie motivieren Sie sich für die Akquise?
  - 3.1 Ich lese regelmäßig "Powerbücher"
  - 3.2 Ich besuche "Powerseminare"
  - 3.3 Ich raffe mich auf.
  - 3.4 Ich schaue in den Kühlschrank...
- 4 Sobald Ihnen ein (guter, großer) Auftrag erteilt wird, wie verhalten Sie sich?
  - 4.1 Ich gehe zur Tagesordnung über.
  - 4.2 Ich belohne mich.
  - 4.3 Ich schreie meine Freude heraus.
- 5 Würden Sie als Kunde (wirklich) bei sich ein Seminar buchen ?

### Produkte und Kundenorientierung

- 6 Werden Sie in drei Jahren noch am Markt sein?
  - 6.1 Üben Sie (ausreichend) Zugkraft auf den Kunden aus?
  - 6.2 Werden Sie dies auch in drei Jahren tun?
  - 6.3 Werden Sie, auch gegen den steigenden Preisdruck, Kunden halten?
  - 6.4 Werden Sie, auch gegen den steigenden Preisdruck, Neukunden dazu gewinnen?
- 7 Steht der Kunde wirklich im Mittelpunkt Ihres Handelns?
- 8 Welchen Vorteil bieten Sie dem Kunden?
- 9 Habe Sie ein eigenes, unverwechselbares Produkt oder Profil (USP)?
- 10 Bieten Sie innovative Produkte?

### Wettbewerbskenntnis und Verhalten

- 11 Haben Sie viele Wettbewerber?
  - 11.1 Wenn ja, warum?
  - 11.2 Wenn Sie wenige Wettbewerber haben:
    - a) kennen Sie alle mit ihren Stärken und Schwächen?
    - b) Kennen sie die letzten Aufträge der wichtigsten Wettbewerber?
- 12 Wodurch unterscheiden Sie sich vom gleichwertigen Wettbewerber?

René Busch, Jg. 53, Abitur, Studium, Kfz. Mechaniker-Ausbildung, Marketing Kaufmann, seit 1978 im Verkauf (Investitionsgüter, Konsumgüter, Dienstleistungen), Trainerausbildung, Trainer seit 1991, freiberuflich seit 1994, spezialisiert auf Konzeptentwicklung zur Steigerung der Qualität in Prozessen.

René Busch  
MV Busch  
Wetzsteinring 17, D-38458 Velpke  
Tel. 05364-4997, Fax 05364-4679  
E-Mail: MVBusch@t-online.de

#### Ihre Antwort ist dringend erforderlich !

Nach acht Artikeln im TKB zur Akquisition möchten wir wissen: Hat sich die Arbeit gelohnt? Wie ist Ihre Einstellung zur Akquisition jetzt? Könnten Sie bessere Aufträge buchen, mit dem Wissen aus dem TKB? Sollen wir diese Serie fortsetzen? Bitte teilen Sie uns Ihre Meinung mit. Sollten wir auf kein ausreichend großes Interesse an einer Weiterführung stoßen, werden wir diese Rubrik einstellen.  
Also: Ihre Meinung ist wichtig !