Checkliste
Erfolg mit Geschäftskundenakquise

Inhaltsverzeichnis:

I. Vorbereitende Maßnahmen

II. Durchführung der Kampagne zur Geschäftskundenakquise

III. Auswertung und Analyse

I. Die Vorbereitende Maßnahmen für die Geschäftskundenakquise

Erfolgreiche Geschäftskundenakquise

Vorbereitung und Bestimmung der Ziele

Sie haben sich für die Kooperation mit einer professionellen Telemarketing-Agentur entschieden? Bevor der Startschuss für die Kampagne fällt, müssen wichtige Informationen zusammengetragen und die Ziele definiert werden. Und: Sorgen Sie für einen ungehinderten Informationsfluss in Ihrem Unternehmen und machen Sie Ihren Mitarbeitern bewusst, dass Entscheidungen nicht von heute auf morgen fallen. Damit eine Zusammenarbeit Erfolg zeigt, muss die Kampagne über einen bestimmten Zeitraum laufen.

1. Der Adressen Pool:

Basis der Telefonmarketing Kampagne zur Geschäftskundenakquise ist der bereist bestehende Adresspool. Darauf baut die Ermittlung neuer Kontaktdaten innerhalb der Zielgruppe auf. Eine gute Adressdatenbank ist von entscheidender Bedeutung für den Erfolg der Kampagne.

1.1. Wie qualifiziert sind die vorhandenen Adressen?
1.2. Gibt es Dubletten, die eliminiert werden müssen?
1.3. Wo liegt Potenzial für neue Adressen?
1.4. In welchen Postleitzahlen-Bereichen will man agieren?
1.5. Welche Branchen sollen angesprochen werden?

2. Definition des Produkts bzw. der Dienstleistung

Das Produkt bzw. die Dienstleistung, die in den Markt gebracht werden soll, muss vorab genau definiert werden. Je genauer die Definition, desto besser können die Telemarketing geschult werden. Und desto besser sind sie vorbereitet für eine erfolgreiche Geschäftskundenakquise.

2.1. Was ist Gegenstand der Akquise-Kampagne?
2.2. Um welche Kategorie handelt es sich?
2.2.1. Produkt oder Dienstleistung?
2.2.2. Einzelprodukt oder Produktrange?
2.2.3. Neuheit oder Nachfolgeprodukt?
2.2.4. System Produkt oder Einzelprodukt?
2.2.5. Investitionsgüter oder Konsumgüter?
2.3. Welche Unterlagen sind erforderlich für eine Produktschulung?

3. IT Sicherheit und Datenschutz

Bevor Sie den Auftrag für eine Kampagne zur Geschäftskundenakquise vergeben: Prüfen Sie, ob der Anbieter die erforderlichen Kriterien zur Datensicherheit erfüllt. Folgende Sicherheitskriterien sollten Sie abfragen:

- *Zutrittskontrolle: Sind die Räume ausreichend abgesichert, gibt es eine geregelte Schlüsselverwaltung, haben Unbefugte wirklich keinen Zutritt?*
- *Zugangskontrolle: Gibt es ausreichende Maßnahmen in Bezug auf Benutzeridentifizierung und Autorisierung? Firewalls, Virenschutz, Passwortverfahren, Verschlüsselung etc.?*
- *Zugriffskontrolle: Können personenbezogene Daten nicht unbefugt gelesen, kopiert, verändert oder entfernt werden?*
- *Weitergabekontrolle: Sind die Daten bei Weitergabe (durch elektronische Übertragung, Datentransport) gesichert?*
- *Verfügbarkeitskontrolle: Sind die Daten gegen Zerstörung und Verlust geschützt? Gibt es einen effektiven Brandschutz und eine unterbrechungsfreie Stromversorgung?*
- *Organisationskontrolle: Gewährleistet die innerbetriebliche Organisation die Datensicherheit? Erfolgt die Datensicherheit nach einem festgesetzten Schema? Gibt es eine Vertretung im Krankheitsfall? Greift man auf etablierte IT Sicherheitsstandards zurück?*

II. Die Durchführung der Kampagne

Erfolgreiche Geschäftskundenakquise

Vorbereitung und Bestimmung der Ziele

Zwei Dinge sind bei der Durchführung der Kampagne zur Geschäftskundenakquise auf jeden Fall zu beachten: Welche Personenkreise innerhalb de Firma sind miteinzubeziehen? Und: Welches sind die Vorteile des Produkts oder der Dienstleistung, die im Mittelpunkt der Kampagne stehen sollen?

4. Das Vertriebsteam ins Boot holen – von Anfang an

Damit eine Telemarketing Kampagne den Vertrieb bei der Geschäftskundenakquise entlastet, muss der Außendienst von Beginn an in den Prozess eingebunden werden. Zur Optimierung der Vertriebs-Aktivitäten sind einige Fragen im Vorfeld zu klären.

4.1. Wer übernimmt welchen Verantwortungsbereich?
4.2. Wie erfolgt die Terminabsprache?
4.3. Wer nimmt welchen Termin wahr?

5. Darstellung der Produkt-Nutzens

Was spricht für das beworbene Produkt/ die beworbene Dienstleistung? Darauf wird die Argumentation aufgebaut. Denn Kunden kaufen immer einen Nutzen bzw. Mehrwert.

5.1. Worin liegt der Mehrwert des Produkts?
5.2. Welche Argumente sprechen für den Nutzen des Produkts?
5.3. Welches ist das Hauptargument? Lässt es sich in nur wenigen Sätzen formulieren?
5.4. Welche Alleinstellungsmerkmale besitzt das Produkt oder die Dienstleistung?

III. Auswertung und Analyse

Eine abschließende Erfolgskontrolle ist unerlässlich. Nur so zeigt sich, in welchen Bereichen die Telemarketing Kampagne zur Geschäftskundenakquise erfolgreich war. Und es wird deutlich, welche Faktoren zukünftig optimiert werden sollten.

6. Definition der Erfolgsfaktoren

Nur wenn diese genau feststehen, kann eine Erfolgsanalyse gemacht werden.

7. Probleme erkennen und die Kampagne optimieren

Eventuell müssen die Nutzenargumentation und der Umgang mit Einwänden verbessert werden

8. Analyse der Kampagne

Gegenüberstellung der aktuellen Konvertierungsraten und Leadkosten mit den Vergleichswerten früherer Kampagnen.

Saupe Communication GmbH
Gegründet wurde das Unternehmen als Corporate Design Agentur 1987 und wird seit 1995 als Marketing und Kommunikations Agentur von Michael Saupe geführt. Saupe Communication setzt damit seit 29 Jahren Maßstäbe, wenn es um klassische Werbung, digitale Medien, Telemarketing und Dialogmarketing geht. Mit derzeit 48 Mitarbeitern werden individuelle Marketing- und Kommunikationslösungen entwickelt und umgesetzt.
Mehr Informationen unter: www.saupe-communication.de