

LERNEN

Checkliste

**Keine Ahnung, ob deine
Strategie wirklich
Potenzial hat, neue
Kunden zu gewinnen?**

Mit dieser **Checkliste** entdeckst du durch
5 einfache Schritte, wie du erfolgreich
neue Kunden gewinnen kannst

M MOEZ
DRIDI



Hilfe! Wird jemand mein Produkt kaufen?

Vielleicht hast du schon mehrfach versucht dein Produkt oder Dienstleistung zu verkaufen, allerdings fragst du dich jetzt: **Wie steigere ich die Nachfrage nach meiner Dienstleistung?** Welche Schritte sind nötig, um mehr Kunden zu gewinnen?

Gute Neuigkeiten: Wir setzen diesen Zweifeln heute ein für allemal ein Ende!

WERDE TEIL MEINER COMMUNITY!

Du möchtest dein eigenes Business aufbauen oder **deine Wunsch-kunden** noch besser erreichen?

Dann abonniere unseren Podcast

Dort erwarten dich
... spannende Business-Tipps
... inspirierende Einblicke
... exklusiver Zugang zu Expertenwissen!

ALSO, WORAUF WAREST DU?

SEI DABEI!

Auf den kommenden Seiten erwarten dich 5 einfache **Schritte**, mit denen du herausfindest...

#1 – Wie kann eine passende Strategie entwickelt und geeignete Methoden für die Neukundengewinnung ausgewählt werden?

#2 – Wie können potenzielle Käufer identifiziert und Erstkontakte hergestellt werden, insbesondere ohne bestehende Community?

#3 – Wie können Interessenten effektiv angesprochen und positiv auf das Angebot reagiert werden?

Viel Freude dabei,

Moeg

Phase #1: Finde passende Zielgruppen

Sichere dir deinen Erfolg bei der **Neukundengewinnung**, indem du eine auf deine **Zielgruppe zugeschnittene Strategie** entwickelst. So erreichst du langfristig deine Unternehmensziele.

SO GEHT'S:

Schritt 1: Zielgruppenanalyse und Marktbedingungen gründlich untersuchen: **Alter, Geschlecht, Standort, Einkommen**, Produkte der Konkurrenz, Preise, Marketingstrategien, **Bedürfnisse deiner Kunden**, Vorlieben, Beschwerden & Verbesserungspotenzial.

Schritt 2: Wo verbringt deine **Zielgruppe die meiste Zeit**? Welche **Kommunikationskanäle** bevorzugen sie?

Du bist dran! Kannst du die gesammelten Informationen analysieren und potenzielle Kanäle oder Orte identifizieren, an denen sich deine Zielgruppe am häufigsten aufhält oder am aktivsten ist?



JA

Toll! Das ist der erste Hinweis darauf, dass du an der richtigen Stelle deine neuen Kunden gezielt ansprechen kannst.

Nenne nun kurz 3 Kanäle oder Orte, die für die Ansprache deiner Zielgruppe relevant sind und wie du sie für deine Kundengewinnung nutzen könntest:



NEIN

Keine Sorge! Sei ein Teil deines Zielmarktes. Zu welcher industriellen, gesellschaftlichen und beruflichen Gruppe gehörst du oder hast du gehört, die du gut kennst und verstehst?

Erstelle eine Liste, die auf kreativen Blick auf deine Gewohnheiten, Hobbys, Lebenslauf und Berufserfahrung basiert. Identifiziere Bereiche, in denen du jetzt oder in der Vergangenheit Anknüpfungspunkte hattest. Betrachte die Produkte, Bücher, Abonnements von Zeitungen oder Zeitschriften, sowie die Newsletter oder Websites, die du konsumierst, und frage dich, welche Gruppen von Menschen Ähnliches lesen.

Phase #2: Entwickle dein erfolgreiches Mindset für Kundenakquise!

Ein positives Mindset beeinflusst Einstellungen und Überzeugungen, fördert Selbstvertrauen und Motivation und hilft, Hindernisse beim Kundengewinnungsprozess zu überwinden.

SO GEHT'S:

Schritt 1: Überprüfe deine Einstellungen und Überzeugungen zum Thema Kundengewinnung.

Schritt 2: Erstelle positive Affirmationen zur Stärkung deines Selbstvertrauens und deiner Motivation.



JA

Sehr gut! Viele vernachlässigen diese **wichtige mentale Vorbereitung** auf die Kundengewinnung. Es ist großartig zu sehen, dass du diesen Bereich angehst.

Welche drei negativen Glaubenssätze in Bezug auf Kundenakquise hast du identifiziert?



NEIN

Ich hatte Schwierigkeiten, meine Einstellungen und Überzeugungen zu überprüfen.

Um über deine Gedanken und Emotionen in Bezug auf die Kundengewinnung nachzudenken, nimm dir bewusst Zeit für Selbstreflexion. Identifiziere dabei negative Denkmuster und schreibe sie auf. Anschließend überlege, welche positiven Überzeugungen diese negativen ersetzen könnten.

Phase #3: Suche nach den richtigen Kanälen

Erkunde verschiedene Ansätze wie **Social Media**, **das Telefon**, **Networking-Events**, **Content-Marketing** oder **direkte Ansprache**. Finde die effektivsten Methoden basierend auf deiner Strategie und Zielgruppe.

SO GEHT'S:

Schritt 1: Identifiziere die geeigneten **Akquisitionsformen** basierend auf der **Zielgruppenanalyse** und den **Unternehmenszielen**.

Schritt 2: Passe die **gewählten Akquisitionsmethoden** an, um sie an die **spezifischen Bedürfnisse** und **Präferenzen** deiner Zielgruppe anzupassen.



JA

Sehr gut! Du hast erkannt, dass deine Zielgruppe sich hier aufhält. Jetzt kannst du sie gezielt über einen passenden Kanal ansprechen.

Entwickle einen einladenden Anfang für deine Zielgruppe über den gewählten Kanal. Welche **Einstiegssätze** hast du vorbereitet?



Nicht vergessen: Das Kontakten über das Telefon ist über praktisch alle Branchen hinweg unverzichtbar. Es ist unbestritten das schnellste, effizienteste, **flexibelste** und **kostengünstigste** Instrument der Neukundengewinnung



NEIN

Kein Problem! Implementiere verschiedene Akquisitionsformen in Testläufen, analysiere die Leistung, optimiere erfolgreiche Methoden und wähle dann eine endgültige Strategie basierend auf den Ergebnissen aus.

Phase #4: Jetzt die richtigen Werkzeuge einsetzen

Verfeinere deine Ansprachen durch ein aussagekräftiges **Vokabular**, **stimmige Stimme**, ansprechendes **Erscheinungsbild** und eine **organisierte, passende Umgebung** für erfolgreiche Kundeninteraktionen.

SCHRITT 1: Wähle passende Werkzeuge für jeden Kanal, berücksichtige deren Anforderungen.



Finde das für dich passende Tool, in dem deine **Zielgruppe aktiv** ist und kommuniziert.

- Beispiel 1: **Telefon**: Überzeugende Sprache, freundlich, professionell, ordentlich, ruhige Umgebung.
- Beispiel 2: **LinkedIn**: Klare Botschaften, professionelle Sprache, gepflegtes Profilbild, geordnete Präsentation.

Du bist dran! Welche Werkzeuge kannst du für deine Zielgruppe nutzen?

SCHRITT 2: Erstelle nun ein Skript

Erstelle ein **präzises Skript** mit **zielgruppenspezifischer Sprache** und klaren Zielen. Berücksichtige **deine Stimme und Sprechweise** für eine freundliche und professionelle Kommunikation sowie dein **Erscheinungsbild** und die Umgebung. Recherchiere potenzielle Kunden, verwende ein flexibles, personalisiertes Skript, sei vorbereitet auf **Einwände**, bleibe positiv und **übe regelmäßig**.

Wie sieht dein Skript aus? Notiere hier dein Skript für die Ansprache deines ersten Kunden.

Phase #5: Erfolgreicher Einstieg in Kundengespräche

Mit deinen maßgeschneiderten Einstiegssätzen und einem effektiven Skript kannst du souverän in Kundengespräche starten. Dein Skript sollte folgende 4 Punkte beinhalten: eine klare Selbstvorstellung, deine Stärken, den Nutzen für den Kunden und Interesse wecken. Dabei wirst du feststellen, wie einfach es ist, deinen Traumkunden spielend ins Gespräch zu bringen und die ersten Termine zu vereinbaren, um dein Produkt oder deine Dienstleistung erfolgreich zu präsentieren.

SO GEHT'S:

Schritt 1: Nach einem erfolgreichen Einstieg und positiven Signalen des potenziellen Kunden, präsentiere **klare Terminoptionen**, betone den Nutzen des Treffens und erhalte sofortige Bestätigung. *"Mein Terminangebot für ein persönliches Kennenlernen ist der 17. Januar um 9 Uhr. oder passt Ihnen 18. Januar um 14:00 Uhr besser?"*



Notiere **fünf mögliche** Termine für **deine Wunschkunden**, die du bereits recherchiert und vorgemerkt hast und nun mit deiner Ansprache abstimmen möchtest.

Wer?

Wann?



Mein Tipp: Halte auch bei der Terminvereinbarung **Augenhöhe**. Je mehr du dem Kunden den Eindruck gibst, dass du auf diesen **Auftrag angewiesen** bist, desto **geringer** sind deine Chancen auf einen Termin.

DIE KLEINE POTENZIALANALYSE ZUM SCHLUSS

Schritt 2: Wenn der Termin jetzt steht, ist das sehr gut. Nutze die Gelegenheit, um zu erfahren, wo die größten Pain Points des Kunden liegen und welches Umsatzpotenzial er hat. *"Um den Termin am 17. Januar für uns beide, Herr Kunde, so effizient und effektiv wie möglich zu gestalten"*

Potenzialfrage 1

- Stelle deine **erste Frage**
- **Beispiel:** *"Welches Buchhaltungsprogramm nutzen Sie aktuell?"*
Kunde: *"Wir verwenden QuickBooks."*

Deine erste Frage zur Potenzialanalyse:

Potenzialfrage 2

- Die erste Frage **bestätigen** und weiter fragen
- **Beispiel:** *"Okay, QuickBooks. Könnten Sie mir sagen, wie viele Lizenzen Sie davon haben?"*
Kunde: *"Wir haben ungefähr 20 Lizenzen im Einsatz."*

Deine zweite Frage zur Potenzialanalyse:

Potenzialfrage 3

- **Bestätige** auch hier und stelle deine **dritte Frage**
- **Beispiel:** *"Ah, ich verstehe. Kaufen Sie diese Lizenzen oder mieten Sie sie?"*
Kunde: *"Wir kaufen sie."*

Deine dritte Frage zur Potenzialanalyse:

Checkliste **Wird jemand mein Produkt kaufen?**

Du hast die **Phasen** 1 bis 5 erledigt? Super! Dann fasse hier nochmal alle Ergebnisse zusammen:

DEINE CHECKLISTE

JA NEIN

- | | | |
|--------------------------|--------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Ich habe die passende Zielgruppe zu meinem Produkt oder Dienstleistung gefunden |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Ich habe ein erfolgreiches Mindset entwickeln können, um neue Kunden zu gewinnen. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Ich habe die passenden Kanäle gefunden, um meine Zielgruppe direkt anzusprechen und potenzielle Kunden für mein Produkt oder meine Dienstleistung zu gewinnen. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Ich habe die richtigen Werkzeuge gefunden, um meine potenziellen Kunden seriös und glaubwürdig anzusprechen. |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Mit Hilfe eines Skripts ist mir der Einstieg in das Kundengespräch gelungen, ich habe ein positives Feedback erhalten, so dass ich einen Termin bekommen habe, während ich eine kleine Potenzialanalyse durchgeführt habe. |



Du hast mindestens ein "Ja" Glückwunsch!

Dein Fortschritt zeigt, dass du die Kunst der Kundengewinnung beherrschst und bereit bist, deine Produkte erfolgreich zu verkaufen!



"Leider nein"?

Lass dich nicht entmutigen. Schau dir erfolgreiche Beispiele von Unternehmen an, die ähnliche Produkte verkaufen, und finde heraus, wie sie diese fünf Schritte zur Kundengewinnung umsetzen.



Möchtest du deine Verkaufsfähigkeiten auf Expertenniveau bringen?



Dann besuche unsere Website unter [verkaufenmitkoerpersprache.de](https://www.verkaufenmitkoerpersprache.de) und erfahre mehr.



- Bessere Verbindung zum Kunden durch passende Gesprächsform und Verständnis seiner Bedürfnisse
- Erhöhte Erfolgchancen durch genaue Kenntnis der zu verwendenden Sprache und gezielte nonverbale Signale

Warum warten? Holen Sie sich das Buch jetzt (bei Amazon):



JETZT HIER BESTELLEN

- **Performance-Maximierung:** Sie mögen großartige Ideen, Perspektiven und Methoden haben. Aber all das zählt nicht, wenn Sie nicht wissen, wie Sie überkommen, und wenn Sie Ihre Botschaft bei dem anderen nicht übermitteln können
- **Präsenz-Optimierung:** So viele intelligente Menschen verkaufen sich permanent unter ihren wirklichen Wert und sind in den entscheidenden Momenten nicht ihre beste Version und nicht so präsent wie sie könnten oder wollten
- **Individuelles Beziehungs-Management:** Individuelles Beziehungsmanagement ist und bleibt der wichtigste Erfolgsfaktor in Ihrer Karriere. Wenn Sie mit Ihrem Gegenüber eine tiefe Verbindung aufbauen können und sich mit ihm in eine harmonischen Beziehung einlassen, dann kommen Sie viel weiter in Ihrem beruflichen Leben

Der ultimative Leitfaden wie Sie garantiert 90% Ihrer Gespräche erfolgreich abschließen



Wenn Sie es selbst nicht brauchen, schenken Sie es jemanden zum Geburtstag. Bestellen Sie gleich zwei und werfen Sie trotzdem einen Blick hinein. Es ist mit das Beste, was Sie jemals zum Thema Kommunikation und Verkauf lernen werden. Das garantiere ich Ihnen.

Warum ist die Fähigkeit Körpersprache zu beherrschen Ihre wichtigste Aufgabe? Weil sonst alle Ihre beruflichen Bemühungen ohne die Früchte bleiben, die Sie haben könnten und haben sollten.