

Fleissig putzen und akquirieren

Oder: Wie man an lukrative Aufträge kommt

AGD AKQUISE-SEMINAR

WWW.MAGIDA.DE | [o]!magida 08 | 7

AKQUISE IST WIE ZÄHNEPUTZEN.

Muss regelmäßig sein, macht aber nicht wirklich Spaß.

Manchmal drücken wir uns, weil wir schon so müde sind. Oder noch nicht wach. *Sowieso scheinen 1001 Dinge wichtiger zu sein. Aber wer nicht bürstet, kriegt die Rechnung. Vom Zahnarzt. Und wer nicht akquiriert, kann vielleicht bald selber keine Rechnungen mehr schreiben. Bleibt nur eins: fleißig putzen und akquirieren.*

Weil das so ist, wollten wir das Akquirieren lernen. Im AGD-Seminar mit Marianne Lotz.

Eins vorweg: Das Seminar macht Spaß.

Das ist gut, denn Spaß motiviert. Und wo Motivation ist, ist Akquise nicht mehr weit.

RAN AN DEN KUNDEN:
HEMMSCHWELLEN ÜBERWINDEN

Erste Erkenntnis: Wir sitzen alle in einem Boot, wir 15 Leute im Seminar. Alle brauchen die Akquise, keiner liebt sie wirklich. Da ist die Hemmschwelle vor der Kaltakquise, denn jeder Griff zum Hörer kann Top oder totalen Flop bedeuten.

Womöglich ist die Person am anderen Ende gar ein unfreundlicher Haifisch, der mein Selbstbewusstsein fressen will. Schieben wir also die Angst vor dem Flop und dem Fisch beiseite und nehmen nichts persönlich, was andere am Telefon sagen. Seien wir freundlich und konstruktiv. Nur so bekommt man Aufträge.

Frau Lotz schafft es, uns positiv auf die Akquise einzustimmen. Mit Übungen und Spielen, die nicht peinlich sind, sondern Spaß machen und eine Menge nützlicher Aha-Erlebnisse bringen. Die kann man beim Angeln nach dem nächsten Projekt direkt umsetzen.



EINE KLEINE SEMINAR-NACHLESE:

- *Die Psyche macht's*

Lieber gut angezogen ans Telefon gehen als im Schlafanzug zum Hörer greifen.

- *Sich klar aufstellen*

Was kann ich? Wer sind meine Zielgruppen? Welchen Nutzen biete ich meinem Kunden?

- *Elevator-Pitch*

Wie sage ich in zwei, drei knackigen Sätzen, was ich mache?

- *Aufgeräumt rangehen*

Eine Datenbank aufbauen mit Kontaktdaten, Gesprächsprotokoll und den geplanten nächsten Schritten.

- *Viel bringt viel*

Auf 20 Telefonkontakte sollte ein Termin kommen, auf 100 Adressen sieben Aufträge. Sagt die Statistik.

- *Kontaktstrecke aufbauen*

Am Ball bleiben und nachhaken. Es braucht vier bis sieben Impulse, bis ein Kontakt zum Auftrag wird.

- *Vorsorgen*

Akquirieren ist entspannter, wenn ich Aufträge habe. Also auch in guten Zeiten: ran ans Telefon.

- *Wachsen und Schneiden*

Unser Angebot regelmäßig beschneiden, damit die Energie sich nicht in zahlreichen Abzweigungen verliert.

- *Last but not least:*

Wir haben's nur bis zu einem gewissen Punkt in der Hand. Es macht einen Unterschied, ob mein Kunde in der Ehekrise steckt oder den Jackpot gewonnen hat. Heißt: Wir wissen nicht, warum jemand so oder so reagiert. Unser Anruf ist nur ein Teil der Geschichte.

Und dann waren da noch etliche praktische Tipps und Tricks. Viele Fragen und noch mehr Antworten. Aber dafür ist hier kein Platz. So. Jetzt ran an die Kunden. Oder ab ins Seminar. Denn: „*Es gibt nichts Gutes, außer man tut es*“. Nur Machen bringt uns weiter. Fleißig putzen und akquirieren. Dann klappt's auch mit den Rechnungen.

■ Sabine Dzuck und Katja Weikenmeier
▶ www.marianne-lotz.de



nach intensivem Austausch...



und praktischen Übungen...



folgt endlich der Aha-Effekt!