

Verkaufen mit Leidenschaft

Egeb Wirtschaftsförderung lädt zu Veranstaltung mit Isabel Stühler zum Thema Kalt-Akquise ein

Meldorf (rd) „Kalt-Akquise – spannend wie ein Krimi“ lautete das jüngste Thema in der Vortragsreihe Egeb-Forum: Wirtschaft im Meldorfer Centrum für Angewandte Technologien (CAT). Sogar gestandene Vertriebsprofis von der Westküste mit jahrzehntelanger Erfahrung nahmen Nützliches aus der Veranstaltung der Egeb Wirtschaftsförderung mit, wie sich beim anschließenden Erfahrungsaustausch mit Referentin Isabel Stühler zeigte.

Dabei konzentrierten sich die Teilnehmer auf den Verkauf von Unternehmer zu Unternehmer (B2B). Sie ließen daher den Verkauf an Privatpersonen unberücksichtigt. Die Diskussion kreiste um Isabel Stühlers Kernthese, dass jeder Schritt auf dem Weg zu einem Auftrag enorm spannend sei. Das fange schon bei den Recherchen nach den Entscheidern in den Firmen an, wobei soziale Netzwerke wie Xing behilflich sein könnten. Die Expertin, die als selbständige Unternehmerin im Auftrag von Firmen den Verkauf organisieren hilft oder selbst übernimmt, rief dazu auf, mit viel Ehrgeiz und großer Sorgfalt ans Werk zu gehen – und vor allem in fein dosierten Stufen.

Das erste Telefonat diene vor allem dazu, sich als Firma bekannt zu machen, eine persönli-

che Gesprächsebene zu finden und weitere Unterlagen per Mail zuschicken zu dürfen. „Zwei bis drei Minuten reichen dafür vollkommen aus“, sagte die Referentin. Sollte eine Lesebestätigung ausbleiben, könne der Anbieter nach etwa drei Tagen nachhaken. Dabei sei es ratsam, die Betreffzeile etwas zu ändern und klar nachzufragen, ob die ursprüngliche Mail angekommen sei. „So binden Sie den Partner schon mal an sich“, erläuterte die Expertin aus Nordfriesland.

Was in den Ohren mancher Profis selbstverständlich geklungen haben mag, aber oft nicht vorbereitet ist: Sollte der Gesprächspartner schon im ersten Telefonat nach den Vorteilen fragen, die ihm die neue Geschäftsbeziehung bringt, müsse klar und kurz darauf geantwortet werden. „Schreiben Sie sich die Alleinstellungsmerkmale Ihrer Firma und Ihrer Produkte auf“, so Stühler. Viele Verkäufer haderten damit, wenn sie am Telefon bei Assistenten oder Chefsekretärinnen der Geschäftsführer landeten und nicht weiter verbunden werden. Das solle laut Isabel Stühler jedoch als Chance begriffen werden. Diese Gesprächspartner sollten ins Projekt eingebunden werden, weil sie so zu wichtigen Türöffnern werden oder sogar Empfehlungen für die neue Geschäftsverbindung abgeben könnten.



Erfahrungsaustausch nach der Veranstaltung: (von links) Falko Eisert (Raiffeisenbank Heide), Ulf Jörgensen (TC-Hydraulik), Jörg Peter Neumann (Egeb Wirtschaftsförderung) und Isabel Stühler (Pro. eta. & Workshops). Foto: Egeb/Bahlo

Ein weiteres Problem: Vertriebler werden nur ungern auf zentrale Mailadressen verwiesen, ohne die persönliche Mailadresse der Entscheider zu erfahren. Auch das könne sinnvoll genutzt werden, indem der Betreffende höflich um die Weiterleitung der Mail an den gewünschten Gesprächspartner bitte. Die Fachfrau, die auch Workshops in Betrieben durch-

führt und die Vertriebsstrukturen analysiert, beeindruckte nicht nur durch eine Fülle derartiger praktischer Tipps, sondern vor allem durch ihr Temperament. Damit wurde allen vor Augen geführt, dass im Verkauf mehr Leidenschaft erforderlich sei. „Ich will, dass man dafür brennt“, rief sie den rund 80 Zuhörern zu. Jeder sei in der Lage, den „Spannungsbo-

gen“ in einer Beziehung zu seinen Neu- oder Bestandskunden aufrecht zu halten.

Gastgeber Jörg Peter Neumann, Wirtschaftsförderer am Standort Heide, forderte zur Diskussion mit Isabel Stühler auf, wovon reger Gebrauch gemacht wurde. Dabei ging es unter anderem um die Frage, wie Vertriebler bezahlt werden sollten. Die Ansichten im Publi-

kum reichten dabei vom Festgehalt bis zur Provision für den Verkaufserfolg. Stühler vertrat klar ihre Meinung, dass Verkäufer ein auskömmliches Einkommen erhalten sollten, unabhängig vom Erfolg. Nur so würden sie sich mit der Firma und ihren Produkten voll identifizieren, was sie als wichtigste Voraussetzung für langfristigen Erfolg ansehe.