

Akquise ist wie ein Krimi

Pro. eta. & Workshops < „Ich liebe die Kaltakquise“, sagt Isabel Stühler. Die selbstständige Vertrieblerin aus Koldenbüttel in Nordfriesland will Kunden und Workshop-Teilnehmer mit ihrer Begeisterung für den Beruf anstecken. Denn: „Der Vertrieb ist für mich so spannend wie ein Krimi.“

Vor einem kleinen Café in einem australischen Shoppingcenter hatte Isabel Stühler einen Aha-Moment: Im Auftrag des Inhabers begeisterte sie so viele Passanten für die Gaststätte, dass der Laden voll war wie nie. Nicht ohne Stolz erzählt sie von ihrer ersten Kundenakquise als Rucksackreisende. Die Begeisterung blieb und ist heute ihr täglicher Antrieb.

Wie ein Krimi habe auch die Kundenakquise einen Spannungsbogen, der sich vom ersten telefonischen Kontakt an langsam aufbaue, sagt Stühler. Kurz nach seinem Höhepunkt – dem Vertragsabschluss – falle bei vielen Vertrieblern die Kurve jedoch rapide ab. Das ist für die Verkaufsexpertin die Erklärung dafür, warum in vielen Betrieben trotz gutem Preis-Leistungs-Verhältnis immer wieder Kunden wegbrechen. „Der Fokus ist meist nur auf den ersten Abschluss gerichtet. Für einen guten Kundenservice und eine nachhaltige, dezentete Betreuung nimmt sich leider fatalerweise nur selten jemand ausreichend Zeit.“

Produkte etablieren < Woher rührt dieser Enthusiasmus für Vertrieb? „Ich gehe gerne auf Menschen zu und stecke sie mit meiner Begeisterung an“, sagt die gelernte Bürokauffrau. Nach kurzer Zeit in diesem ursprünglichen Beruf war für Stühler allerdings klar, dass sie eine neue Herausforderung braucht. Über Reisen durch Südafrika, Irland und Australien gelangte sie mit Zwischenstopp in Bayern wieder nach Norddeutschland. Hier startete Stühler 2010 als Vertriebsmitarbeiterin in der Verlagsbranche. „Ich musste Termine mit Kunden vereinbaren, alles per telefonischer Kaltakquise.“ Das habe ihre Vertriebsleidenschaft weiter befeuert. Im Anschluss arbeitete sie auch für eine Unternehmensberatung. 2015 wagte sie den Schritt in die Selbstständigkeit und gründete „Pro. eta. & Workshops mit Isabel Stühler“.

Ihre Kunden sind überwiegend Start-ups, die Beratung und Unterstützung im Vertrieb benötigen. „Sie möchten ihre Produkte oder eine Dienstleistung auf dem Markt etablieren, daher der Name ‚Pro. eta.‘“, erklärt Stühler. Für die junge Hamburger Firma „Diese Klappkarten“ konnte sie kürzlich einen bekannten Online-Blumenversandhändler überzeugen, die Karten ins Portfolio aufzunehmen. Darüber hinaus gibt die 38-Jährige auch Workshops in mittelständischen Betrieben, etwa in Kooperation mit der Mittelstandsberatung TG-International.

Ein Herzensprojekt, das Stühler künftig verstärkt angehen will, ist die Nachwuchsförderung. So könne sie sich vorstellen, Azubis in Berufsschulklassen zu zeigen, wie vielfältig Vertrieb sei und welches Potenzial in dem Berufsfeld stecke. Dazu will Stühler Ausbildungsbetrieben künftig speziell auf den Fachkräftenachwuchs zugeschnittene Vertriebsseminare anbieten. Dabei ist, wie im Verkaufsgespräch, der Spannungsbogen das leitende Element für Isabel Stühlers Vertriebskonzept. <<



Isabel Stühler berät das Start-up „Diese Klappkarten“ im Vertrieb.

Autor: Daniel Kappmeyer
IHK-Redaktion Schleswig-Holstein
kappmeyer@flensburg.ihk.de

Website von Pro. eta. & Workshops
www.proeta-w.de