



**Vertrieb in Zeiten,
die sich ständig ändern**

#1

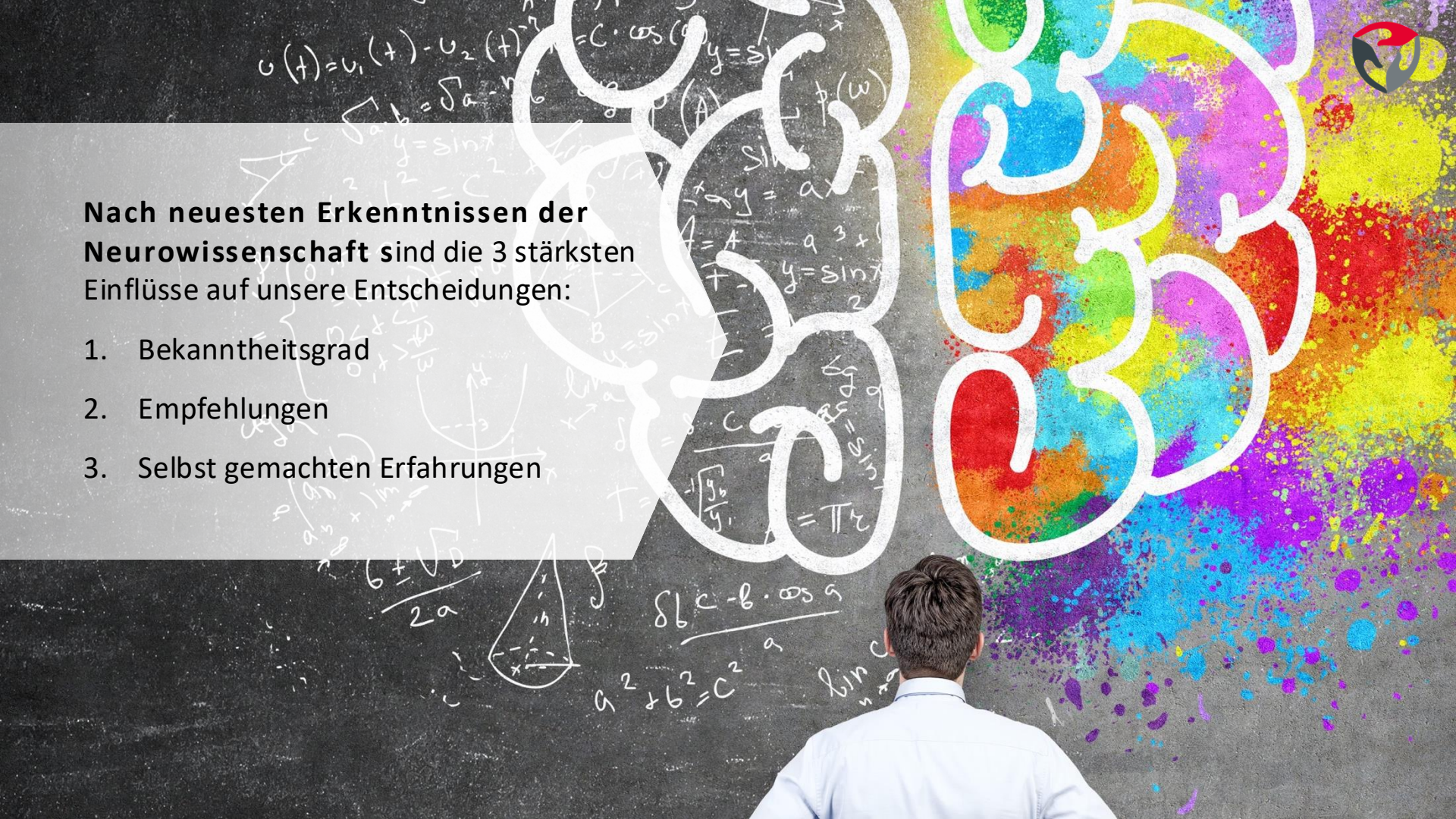


Warum ist eine permanente
Neukundeakquise für Sie als
Gründer:in so wichtig?

#2



Wie kann man effektiv eine eigene Neukunden-Strategie entwickeln?



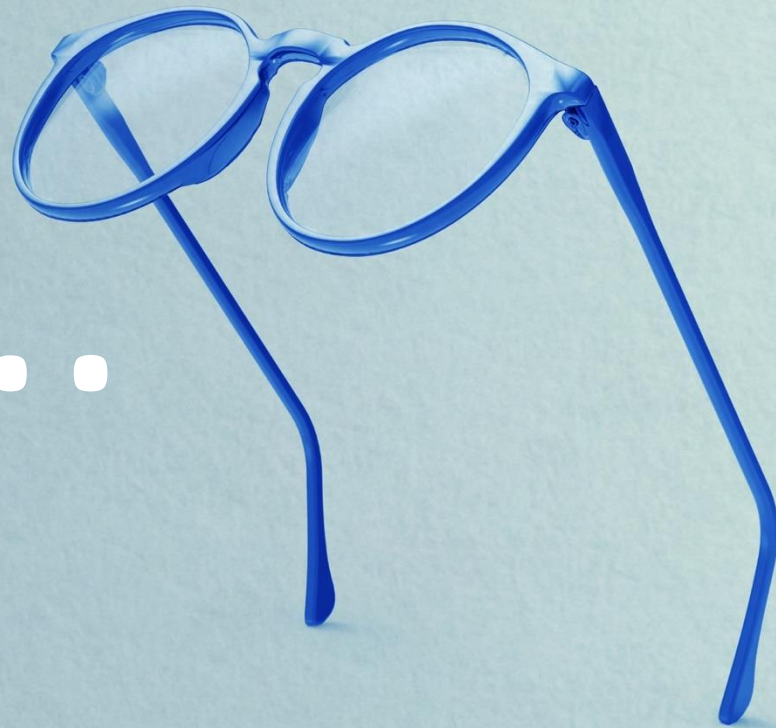
Nach neuesten Erkenntnissen der Neurowissenschaft sind die 3 stärksten Einflüsse auf unsere Entscheidungen:

1. Bekanntheitsgrad
2. Empfehlungen
3. Selbst gemachten Erfahrungen



Ein Test ...

Brille



Fragen zum **STATUS QUO**



- Wie viele aktive Kunden habe ich derzeit?
- Wie viele inaktive Kunden habe ich?
- Wie viele Neukunden konnte ich in den letzten 12 Monaten gewinnen?
- Wie ist meine Anfrage/Auftragsquote (Besetzungsquote)?
- Wie viele Telefonate monatlich getätigt (Akquise-Telefonate)?
- Wie viele Besuche monatlich durchgeführt (Erstbesuche)?
- Welche Anzahl an Kontakten / Touch Points war notwendig pro Neukunden?
- Was sind unsere Stärken / Schwächen?
- Was kann ich?
- Was nicht?
- Wie viel Zeit habe ich für die Neukundenakquise?

Wo will ich hin?



- Welche Branche möchte ich bedienen?
- Wie viele Neukunden möchte ich p.a. gewinnen?
- Welche nicht?
- Wie soll meine Preisstrategie aussehen?
- Wofür möchte ich (als Person/als Unternehmen) stehen?
- Welche zusätzliche Dienstleistung will ich anbieten?
- Bis wann möchte ich das umsetzen?
- Was sind die USPs der Zukunft?

#4



Die „TPS-Formel“ – Hintergründe

Wichtige Techniken vom klassischen Marketing.



Die Werbeindustrie weiß um die Macht der Wiederholungen. Verschiedene Techniken in der Werbung bereits sehr stark und konsequent angewandt. Dabei ist es entscheidend alle 5 Sinneskanäle (und somit auch Wahrnehmungskanäle) gezielt zu bedienen, da jeder Mensch unterschiedlich stark ausgeprägte Sinne hat:





Die einzige Möglichkeit, Kunden kontinuierlich anzusprechen ohne den Bogen zu überspannen, ist es, maximal viele verschiedenen und kreative Touch Points zu generieren. Dabei ist es empfehlenswert, alt Bewährtes mit Neuem zu kombinieren! Und die Schlagzahl systematisch zu steuern.

Die Lösung



Wenn ein Konsument

- einen Produktnamen
- einen Verkäufersnamen oder
- einen Firmennamen (Logo)

innerhalb von **8 Wochen 6-12 mal**

liest

hört

sieht

aus-
spricht

oder
anderweitig
wahrnimmt
(Touch Points
erleben!) ...

... so bleibt ihm dieser
im Unterbewusstsein
verankert und
abgespeichert, ob er
will oder nicht! **Und
zwar für immer!**

#5



Was sind Touch Points und welche gibt es?





Der Mix ist entscheidend,
nimmt Ängste und führt zu
mehr Spaß am Vertrieb.

**100 verschiedene Touch
Points, Chancen und
Möglichkeiten!!**



Wie kann man den Kunden
konsequent ansprechen, ohne
aufdringlich zu erscheinen?



Ein „Habenwollen“ erzeugen

Wird das, was wir tun, und vor allem, wie wir es tun, die Menschen berühren, verblüffen, faszinieren, begeistern?

Und wird es unser Angebot so begehrenswert machen, dass sie es unbedingt nutzen bzw. besitzen wollen?



Die Reputation stärken

Wird das, was wir tun, und vor allem, wie wir es tun, unser öffentliches Ansehen stärken, Spuren hinterlassen, Entwicklungen prägen – und bei all dem auch die Arbeitswelt ein wenig besser machen?





Die Kundenloyalität nähren

Wird das, was wir tun, und vor allem, wie wir es tun, die Kunden zum Wiederkommen und Weiterkaufen bewegen?



Weiterempfehlungen generieren

Wird das, was wir tun, und vor allem, wie wir es tun, Mundpropaganda bewirken und unsere Kunden zu engagierten Fans, zu Meinungsmachern, zu Multiplikatoren und aktiven Empfehlern machen?



Vorfreude

... und was sie bewirkt



Hier finden Sie uns 😊



Nicole Truchseß
Geschäftsführerin

Truchseß & Brandl GmbH
Sales-Recruiting-Leadership
Heidelberger Straße 64
69168 Wiesloch

T ++49 6222-9717150

F ++49 6222-9717152

M++49 1724390895

nt@truchsessbrandl.de

www.truchsessbrandl.de

... und auf LinkedIn