

Webinar



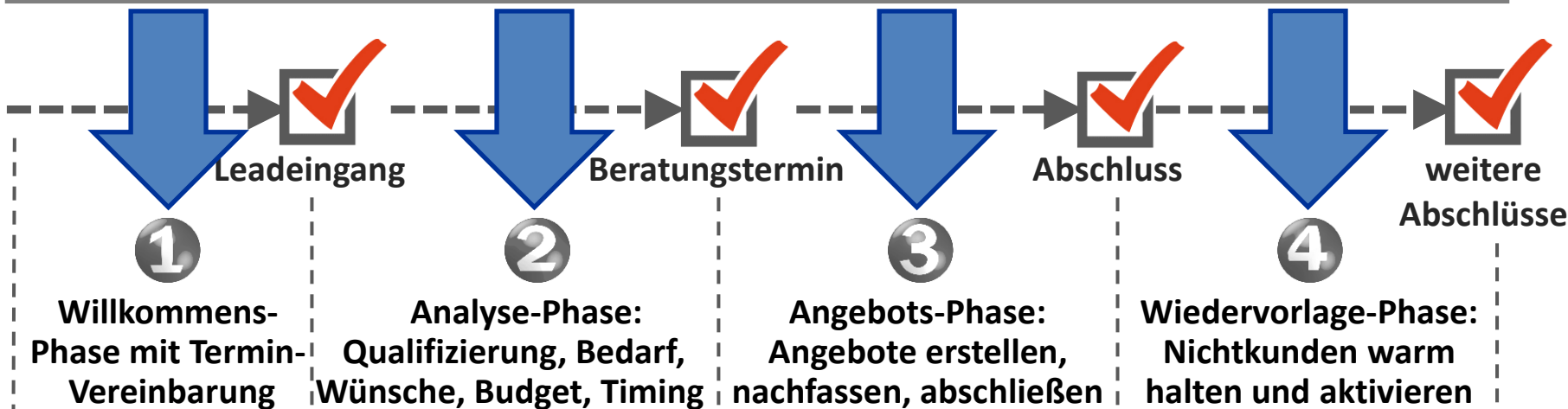
Akquise mit System: Der **rote** Faden zu neuen Kunden



Vertriebserfolge entstehen aus Akquise-Strategie + passende Software



Akquise-Experten.de



Ganzheitlicher Kundengewinnungs-Prozess:



Vertrauen & Beziehung: Telefon + Online-Meetings + Gespräche



Passende CRM bringt Effizienz, Vertriebserfolge und spart viel Zeit



Typgerechte Argumentation (m/w) überzeugt und steigert den Erfolg

► **Wir senden Ihnen diese Präsentation per E-Mail**

Kurzvorstellung: Ihr Referent und Akquise-Experte



Akquise-Experten.de



Eckart Krüger

- Vertriebs- und Akquise-Profi seit über 30 Jahren
- Seit 1997: Entwickler „**Der rote Faden zum Kunden**“ (auch Kaltakquise)
- 2003 zertifiziert vom 'Q-Pool 100', der offizielle Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer und -Berater e.V.
- Seit 2011 „**Mehr Umsatz und Gewinn aus digitalen Leads**“
- In vielen Branchen: Technik, Dienstleistung, Software, Finanzen...



Autor, Trainer und Coach in vielen Branchen



Akquise-Experten.de



Eckart Krüger

Branchenübergreifende Trainings & Autor in Zeitschriften und Blogs


ALTE LEIPZIGER


ROHDE & SCHWARZ


JAEGER
Spezialitäten die begeistern



WELLA


Goetzfried AG
The Technology Experts


mannheim boehringer

Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH
INFORMATIONSDIENSTE


ESTADOR

ESTADOR


SVG

Strategie Journal
Impulse für den Mittelstand

finanzwelt

CallCenter
PROFI

DOLGE
IHR EXPERT FÜR SAUBERE LUFT

Vertriebserfolge und mehr Effizienz mit dem **roten** Faden



Es sind vor allem drei **Aufgabenstellungen**, die von Akquise-Strategien mit dem **roten Faden** profitieren:

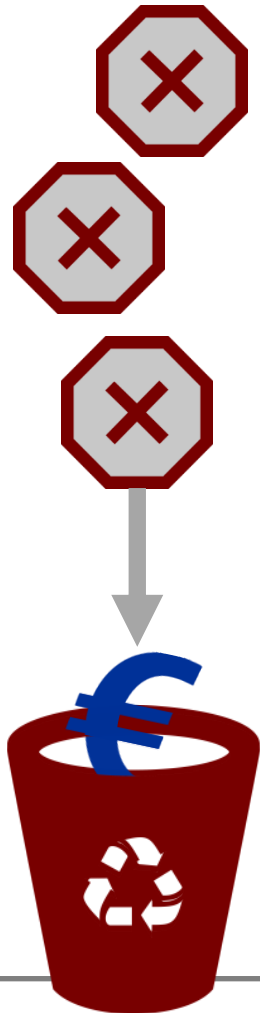
- **Neue Interessenten** oder Leads, die sich für ihr Angebot interessieren
- **Reaktivierung** von alten Kunden oder Interessenten, die schon viele Jahre alt sein können
- **Kaltakquise**: die Gewinnung von neuen Kunden durch „Cold Calls“ per Telefon mit hoher Erfolgsquote

Beispiel: Ein Interessenten-Lead entsteht



**Ein Interessent trägt sich in ein Formular ein...
Sekunden später ist das Lead verfügbar**

3 gravierende Fehler bei der Neukunden-Akquise



- ... mit denen der Umsatz schon hier verloren gehen kann:
- ... wenn der Kontakt **zu spät** hergestellt wird – hat der Wettbewerb das Lead schon am Haken
- ... wenn Sie **schlecht informiert** sind
z.B. wenn eine Historie nicht bekannt ist
- ... wenn der **Kontakt schwach** ist oder unprofessionell hergestellt wird

Was machen erfolgreiche Profis?



Beim ersten Kontakt: Leads sind misstrauisch



Wissenschaftliche Studien (z.B. GfK Gesellschaft für Konsumforschung) zeigen:

80 % der Interessent(inn)en sind zu Beginn einer neuen Kundenbeziehung misstrauisch

Kein Vertrauen – keine Beratung – kein Abschluss!

Wie dann Vertrauen schnell und sicher aufgebaut werden?



Der richtige Zeitpunkt: Profis rufen zügig an!



Erster Anruf bzw. Wählversuch
„Der frühe Vogel fängt den Wurm:“

Die Zeit läuft!



Leads und Interessenten

Ein zügiger Anruf kommt gut an
und signalisiert: Die interessieren
uns für Sie – und kümmern uns!

Der erste persönliche Kontakt

legt die Grundlage für Vertrauen
Wer hat Nase vorn im Wettbewerb
und wird die Nr. 1 im Kundenkopf?

**Terminvereinbarungsquoten von mehr als 75 % sind möglich,
über 60 % schließen beim ersten Kontakt ab!**

Vorbereitung eines Akquise-Telefonates: infra-struktur zeigt sehr schnell, einfach und übersichtlich



The screenshot displays the 'infraSTRUKTUR' CRM interface. The left sidebar contains a 'Menü' with categories like 'Administration', 'Anruforganisation', 'Aufgabenliste', 'Dokumente', 'Einstellungen', 'Hilfe', 'Kalender', 'Kontakte', 'Kundendaten', 'Mailzentrale', 'Merkzettel', 'Nachrichten', and 'Objekte/Projekte'. The main area shows a customer record for 'Kundendaten' with the following details:

- Kundennummer: 23498
- Firma: ABC Muster GmbH & Co. KG
- Ansprechpartner: Assistenz: Christine Müller
- AnPerson: Herr
- Vorname: Emil
- Name: Mayer
- Position:
- aktuelles Interesse: 14-170715
- eMail: e.mayer@abc-muster.de
- Wildcard eMail: *@abc-muster.de
- PLZ: 60132
- Strasse:
- Ort: Frankfurt
- Archiv: IA 9.2.04, 11.2. Am mit 7s.pdf und vpa.pdf
- Telefax:
- Internet:
- Xing:

Additional fields on the right include:

- Telefon:
- Telefon2:
- Mobil:
- Lim1: Auswahl
- Lim2: Auswahl
- Lim6: Auswahl
- V-MA:
- MA-Anzahl: Auswahl
- Letzter Kontakt:
- Nächster Kontakt:
- Uhrzeit: 00:00
- Hervorheben:
- Kontaktperson: kein
- Projekt: IF-Webinar
- Akquise: ☐ qA ☐ T1 ☐ @ ☐ T2 ☐ KI ☐ DL ☐ G ☐ KB ☐ Ang ☐ nqf
- Tendenz: ☐ 0% ☐ 100% ☐ 25% ☐ 50% ☐ 75%
- Training/Coaching: ☐ wInfo ☐ hInfo ☐ wTermin ☐ hT ☐ hAng ☐ Ang.nachgf. ☐ Abs. ☐ Au

Bei uns: aus ca. 20.000 Datensätzen (Kunden, Interessenten, Projekte):

In Sekunden: gibt es diesen Kontakt schon?
Was für eine Vorgeschichte (Historie) hat er?

3-stufiger Vertrauensaufbau: tausendfach bewährt



**Kundenbeziehungen am
Telefon erfolgreich starten**

1

Erster Eindruck

2

Klingende Visitenkarte

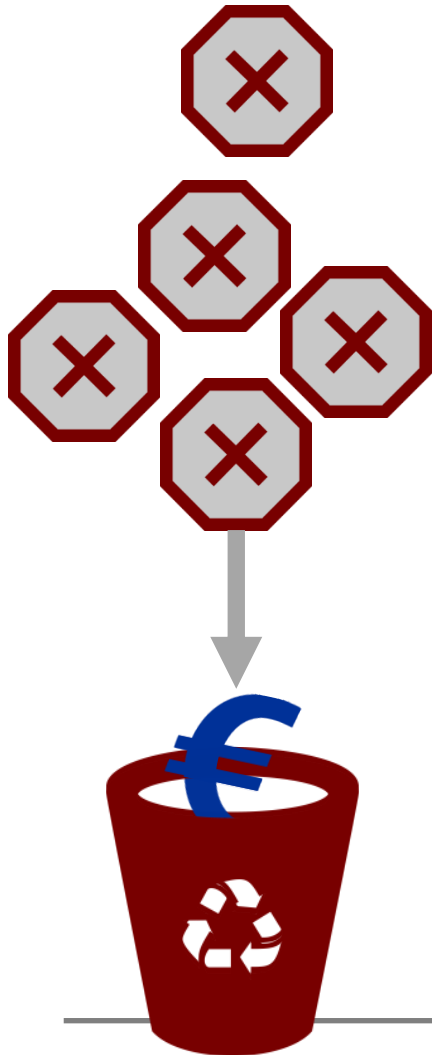
3

Starker Aufhänger



7-Sekunden-Regel

5 gravierende Fehler am Telefon und in Online-Meetings



Viele verlieren Leads im ersten persönlichen Kontakt!

1. Weil sie ohne gute Vorbereitung mit ihrem Stimmklang ein **Gefühl der Unsicherheit erzeugen** – mit fatalen Folgen
2. Ohne eine „**Klingende Visitenkarte**“ ist der erste Eindruck nicht überzeugend – zu wenig Vertrauen entsteht.
3. Zu **schnelle Sprechweise** ohne Pausen klingt wie „auf der Flucht“
4. Ohne 3-stufigen **Vertrauensaufbau** wird viel Potenzial – Termine, Abschlüsse und Folgegeschäft verschenkt
5. Ohne „**Kurzpräsentation** in Streichholzlänge“ fehlt das Motiv, sich beraten zu lassen – keine Terminvereinbarung!

Wie erzielen Sie bessere Ergebnisse?

Telefonat: Die Kundenbeziehung gut starten mit einer Klingenden Visitenkarte – der erste Eindruck zählt!



**Beziehungs- und
Vertrauensaufbau**

2

Klingende Visitenkarte

Die perfekte Begrüßung am Telefon
oder online und Antwort auf die Frage:

Wer ist das, der/die mit mir spricht?

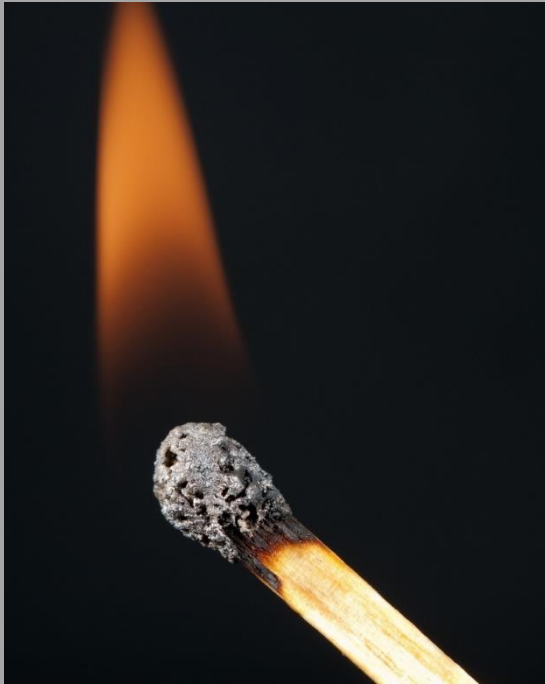
Die „Klingende Visitenkarte“ entstand in mehr als 25 Jahren Akquise-Praxis. Das macht sie so erfolgreich:

- Gefühlte **10% langsamer sprechen**
strahlt Souveränität und Sicherheit aus
- **Erste Worte** „Guten Tag Herr/Frau ...“
- Den eigenen **Name verständlich nennen**
- **Körpersprache** für besseren Stimmklang
nutzen: stehend telefonieren gibt z.B. eine gute „Vorspannung“ in der Stimme

Ergebnisse

- Als Anrufer/in kommen Sie gut ´rüber,
wirken sympathisch und kompetent
- Mit hoher Quote Termine vereinbaren
- Basis für Kundenbeziehung legen

Warum sollte ich bei Ihnen kaufen? Kurzpräsentation „in Streichholzlänge“ weckt starkes Interesse



15 – 25 Sekunden
19 Erfolgsfaktoren

Jetzt fragt sich der Kunde oder die Kundin: Warum sollte ich mich von Ihnen beraten lassen? Akquise-Profis sagen:

„Sie müssen In der Zeit, in der ein **Streichholz** abbrennt, den **Kunden-Nutzen** rüberbringen, sonst haben sie sich die **Finger verbrannt!**“

Aus mehr als 1.200 Akquise-Projekten haben wir die **Erfolgsfaktoren** herausgearbeitet, die Wirkung erzielen. Dieses Wissen können Sie sofort nutzen und Ihre **Kontakte „unwiderstehlich“** machen.

Die Wirkung steigern auf allen Kanälen

- Akquise, Kundenberatung und Verkauf
- E-Mails, Webseiten, digitale & analoge Flyern
- In Online-Meetings und persönlichen Gesprächen „Auge in Auge“



Praxisbeispiel

Beispiel Spedition: Kurzpräsentation

Der rote Faden



„Vielleicht haben Sie unsere weißen LKW mit dem Ladekran drauf schon mal auf der Autobahn gesehen. Wir sind seit über 20 Jahren Experten für Containertransport und fahren für praktisch alle namhaften Unternehmen Ihrer Branche wie HOCHTIEF, Bilfinger Berger und STRABAG (15'') Weil wir Container besonders schnell schonend und kostengünstig transportieren. (19'')



Automatisierte E-Mails: digitale Assistenz EVA

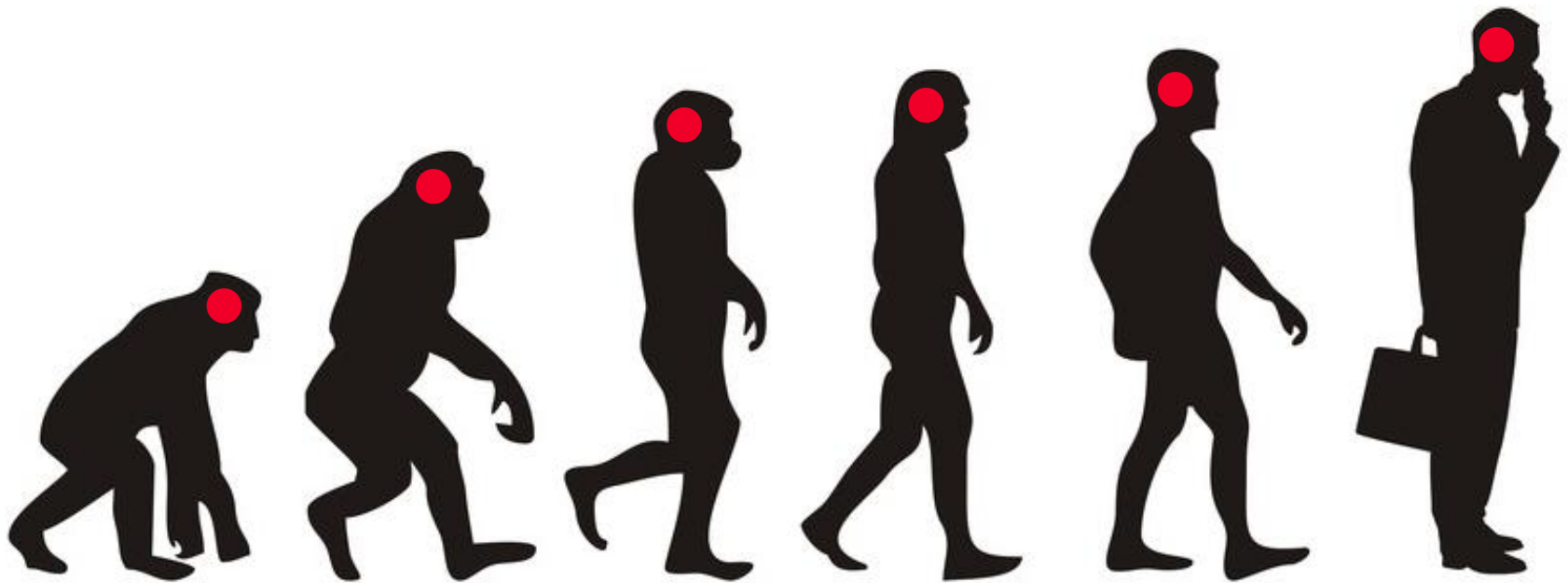


Vorteile der Betreuung durch die digitale EVA

EVA steht für „**Effiziente Vertriebs-Automation**“ ist eine intelligente **digitale Vertriebs-Assistenz**: systematisch, 100 % zuverlässig und zeitsparend.

- Leads werden **sofort von EVA bearbeitet**: Sie sendet vollautomatisch eine **beratende E-Mail**. Gute Touchpoints **stärken das Vertrauen**.
- **Der Zeitaufwand** für Vertrieb, Verkäufer, Berater und Team **ist null**
- Mit EVA entsteht ein **Wettbewerbsvorsprung** im Kundenkopf
- **Abschlussquoten** haben sich mit Unterstützung von EVA **verdoppelt**

Hirnforscher: Die Entscheidungszentrale im Kundenkopf erhielt das letzte Upgrade vor 70.000 Jahren!



Was nehmen potenzielle Kunden wahr?



Im limbischen System:

5 Sinne
über **10 Millionen**
Reize pro Sekunde

Jede Information wird hier
😊 oder 😞 bewertet

Bewusst: nur ca. **200**
pro Sekunde!





Frauen und Männer: Wer entscheidet wie?



Die Frau ist (oft) die Entscheiderin rund ums Haus und bewertet Angebote anders als der Mann.

Wie bekommen Sie von beiden ein Ja für Ihr Angebot?



Ihr ist wichtig:

Sicherheit für die Familie. Harmonie, Intuition und Gefühl, Vertrauen, sie ist die **Finanzministerin**

...



Er interessiert sich für:

Technik
Innovation
Dominanz
Planung, Kontrolle
Optik

...



Argumente für Kreative



„... ich zeige Ihnen gerne vor Ort, wie Sie mit dieser exklusiven Immobilie am erstklassigen Standort ... **Top-Rendite erzielen (Performer)**

„... ich zeige Ihnen gerne vor Ort alle **Zahlen, Daten, Fakten** im **Detail**, die können Sie dann in allen **Einzelheiten** vor Ort **genau prüfen** – damit Sie ganz sicher sind und die richtige Entscheidung treffen (**Bewahrer**)

„... mit unserem **Rundum-Sorglos-Paket** haben sie **nie mehr Ärger** mit Mietern. Sie können ganz in **Ruhe** ... **genießen**. Der Garten bringt viel **Freude** und **Entspannung**.“

„... das müssen Sie **erleben**, wie kreativ die ... dieses einzigartige Juwel renoviert haben. Ich bin jedes mal **begeistert**, wenn ich diese **top-innovativen** ... individuell und einzigartig ... (**Kreative**)



Fazit: Emotionen steuern die Verkaufserfolge!



Hirnforscher sagen: Über 70 % der Verkaufs-Entscheidungen fallen emotional

**Männer und Frauen bewerten Informationen
besonders zu Beginn einer Kundenbeziehung
emotional und unterschiedlich.**

**Nutzen Sie deshalb gehirn- und typgerechte Nutzen-Argumentation -
das gilt für alle Kommunikationskanäle und Sinne.**

Wollen Sie mehr zu diesem Thema erfahren?

Telefonat oder Online-Meeting buchen: www.terminland.de/eckart.krueger
oder schreiben Sie an info@akquise-experten.de

Nachbereitung eines Telefonates = Vorbereitung des nächsten Kontaktes mit infra-struktur

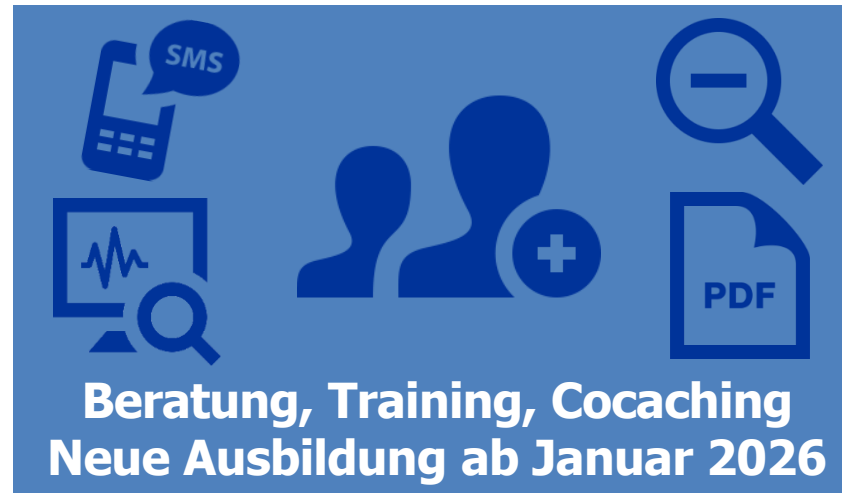


The screenshot displays the 'infra STRUKTUR' CRM interface. The left sidebar contains navigation menus for 'Administration', 'Anruforganisation', 'Aufgabenliste', 'Dokumente', 'Einstellungen', 'Hilfe', 'Kalender', 'Kontakte', 'Mailzentrale', 'Merkzettel', 'Nachrichten', and 'Objekte/Projekte'. The main content area shows a customer record for 'ABC Muster GmbH & Co. KG - IF'. The record includes fields for 'Kundennummer' (23498 N), 'Firma', 'Ansprechpartner' (Assistenz: Christine Müller), 'AnPerson' (Herr), 'Vorname' (Emil), 'Name' (Mayer), 'Position', 'aktuelles Interesse' (33-250924_14-170715), 'eMail' (e.mayer@abc-muster.de), 'Wildcard eMail' (*@abc-muster.de), 'PLZ' (60132), 'Strasse', 'Ort' (Frankfurt), 'Archiv' (IA 9.2.04, 11.2. Am mit 7s.pdf und vpa.pdf), 'Telefax', 'Internet', 'Xing', and 'Import ID' (11803). The right side of the record shows contact details: 'Telefon' (069 27188503), 'Telefon2', 'Mobil', 'Limb1', 'Limb2', 'Limb6', 'V-MA', 'MA-Anzahl', 'Letzter Kontakt' (2025-09-24), 'Nächster Kontakt' (2025-10-08), 'Uhrzeit' (00:00), 'Hervorheben', 'Kontaktperson' (Krüger, Eckart), 'Projekt' (Webinar), 'Akquise' (T1, @, T2, KI, DL, G, KB, Ang, nqf), 'Tendenz' (0%, 100%, 25%, 50%, 75%, 95%), and 'Training/Coaching' (wInfo, hInfo, wTermin, hTermin, wAn, hAng, Ang.nachgf, Abs, Auftr.mT, Auftr, iTr, ServiceTel, 6ZG, 1.K).

Lässt sich sehr gut mit SIRI aus dem iPhone kombinieren:

Mit wem habe ich gesprochen? Infra-struktur füttern:
Stichworte zum Telefonat (Historie), Wiedervorlage usw.?

Ausbildungs- und Trainingsprogramm vom Leadeingang bis zum erfolgreichen Abschluss



- **Im Ausbildungsprogramm mit dem roten Faden** lernen Sie und Ihr Team Ihnen nicht nur, wie Sie mehr **gute Termine, Umsatz und Gewinn** machen:
- Das Programm hilft Ihnen, den **gesamten Vertriebsprozess** vom Leadeingang bis zum Abschluss zu optimieren. Über alle Kanäle.
- **Sie erkennen Fehler** und können diese kurzfristig abstellen.
- Sie profitieren von mehr als **14 Jahren Praxiserfahrung** und **Benchmarks** führender Unternehmen. Mehr: www.akquise-experten.de



Fragen und Antworten



Welche Fragen haben Sie?

- ▶ Gratis Telefon- oder Onlinetermin: www.terminland.de/eckart.krueger
E-Mail: krueger@akquise-experten.de