

Webinar



Mehr Termine, Umsatz und Gewinn aus Leads



www.akquise-experten.de

3 Ebenen Akquise-Werkzeuge wirkungsvoll verknüpfen



- **Rechts** das Darmstadtium, ein modernes Konferenzzentrum: Symbol für neueste **digitale Technologien** – für uns in der Neukunden-Akquise
- **Links** das das Großherzogliche Residenztheater symbolisiert die **bewährten Werkzeuge**, Leitfäden und Gesprächstechniken **für alle Sinne**
- **Bildmitte**: die alte Stadtmauer von 1330 steht für die uralte „Brainware“ im Kundengehirn, die **über 70 % der Kaufentscheidungen** trifft.
- **Wer alle drei Ebenen** geschickt miteinander verbindet, steigert die Termin- und Abschlussquoten, Umsatzwachstum, Gewinn und Rendite.



Noch eine Information



- Nur bis auf dieser Seite sehen Sie mich im Video. Warum?
- Studien aus der Psychologie zeigen:
Mehrere visuelle Kanäle gleichzeitig verringern die Konzentration auf die Inhalte
- Deshalb blenden wir das Video ab der nächsten Seite aus.
Und zum Ende des Webinars sehen Sie mich wieder live.

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 Fokus auf „**Mehr Umsatz und Gewinn mit Leads**“
- In vielen Branchen wie Bau fi, Technik, Software, Immobilien usw.



Autor, Trainer und Coachin vielen Branchen



Akquise-Experten.de



Eckart Krüger

Branchenübergreifende Trainings & Autor in Zeitschriften und Blogs



ROHDE & SCHWARZ



Goetzfried AG
The Technology Experts



JAEGER
Spezialitäten die begeistern

ALTE LEIPZIGER



ESTADOR®



Strategie Journal
Impulse für den Mittelstand

finanzwelt

CallCenter
PROFI

DOLGE
IHR EXPERTE FÜR SAUBERE LUFT

Praxis-Beispiel: Ein Lead entsteht



**Ein Interessent trägt sich in ein
Formular ein...**



Praxisbeispiel: Ein Lead entsteht



Beispiel: „Hans Meiser“ (37), verheiratet, 1 Kind

Das vor zwei Jahren geerbte Elternhaus soll zeitgemäß saniert werden und das Ehepaar will herausfinden, welchen Finanzierungsrahmen sie sich leisten können.

Hans Meiser hat über Google recherchiert und trägt sich in **3 Webseiten** bzw. Portale ein.

In die Formulare auf den Webseiten trägt er relevante persönlichen Daten von sich ein → es entsteht ein Lead:

- Sekundengenaues Datum der Anfrage: 29.05.2025 - 12:28:14
- Das angefragte Produkt
- Vor- und Nachname: Herr Hans Meiser
- Berufsgruppe: Angestellte(r)
Dipl.-Ing. Elektrotechnik (FH)
- Geburtsdatum: 28.04.1988

Kontaktdaten

- Telefon: 0152 3301271
- E-Mail: hans.meiser@online.de
- Schaumainkai 5, 60594 Frankfurt

► **Der Leadprozess ist für alle Angebote (fast) gleich**

Schnelligkeit bringt Sie in die Pole Position!



Google



Es sind mehrere Leads bei konkurrierenden Unternehmen entstanden,
die im Wettbewerb um die Beratung und Finanzierung dieses Leads stehen

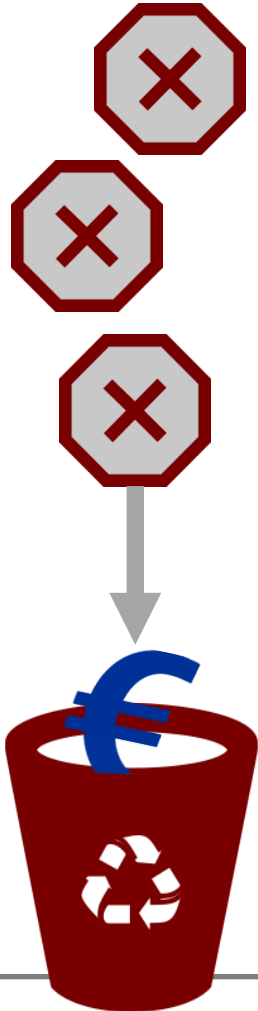
Untersuchungen zeigen immer wieder:
**Mehr als die 60 % der Kunden schließen bei dem Anbieter ab,
der als Erster den Kontakt hergestellt hat!**

Profis wissen:

„Der frühe Vogel fängt den Wurm!“

Der/die **zweite** oder dritte hat schon fast **keine Chance** mehr,
mit Leads ins Gespräch und zum Abschluss zu kommen!

3 folgenreiche Fehler nach dem Leadeingang...



... mit denen der Umsatz und das Folgegeschäft schon hier verloren gehen:

... wenn Sie gar **keinen Kontakt** mit dem Lead herstellen

... wenn der Kontakt **zu spät** hergestellt wird

... wenn der **Kontakt schwach** ist oder „suboptimal“ hergestellt wurde

Was können Sie dagegen tun?

Der erste persönliche Kontakt am Telefon: erfolgskritisch



Erfolgsfaktoren, mit denen die Terminvereinbarungsquote steht oder fällt:

- Der richtige Zeitpunkt
- 3-stufiger Vertrauensaufbau
- Meldung mit einer „Klingenden Visitenkarte“
- Kurzpräsentation in Streichholzlänge (25 Sekunden)
- Körpersprache, Stimmklang und Tonalität

Der erste Kontakt am Telefon: Grundhaltung Misstrauen



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

erfolgt zügig nach Leadeingang:

Die Zeit läuft!



Interessent/in fragt sich:

Will ich mich von dem/der
beraten lassen?

Ein zügiger Anruf kommt gut an!

Das erste Telefonat:

Grundlage für Vertrauensaufbau
und Abschluss

Terminvereinbarungsquoten von mehr als 75 % sind möglich, wenn die Erfolgsfaktoren konsequent angewendet werden!



Telefonisch nicht erreicht: Was tun?



Keiner geht ans Telefon?
Profis senden sofort eine WhatsApp
oder SMS mit 😊 Begrüßung



So können Sie den Kontakt schnell, einfach und sicher herstellen
und der oder die **ERSTE** sein im **Kundenkopf**.

Tausendfach bewährt: der 3-stufige Vertrauensaufbau



**Kundenbeziehungen am
Telefon erfolgreich starten**

1

Erster Eindruck

2

Klingende Visitenkarte

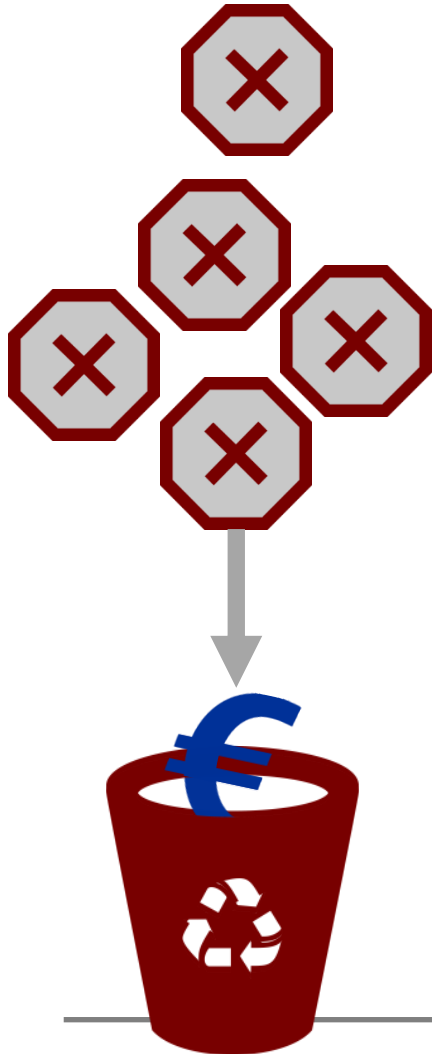
3

Starker Aufhänger



7-Sekunden-Regel

Die 5 gravierendsten Fehler am Telefon



Viele verlieren ihre Leads im ersten Telefonat!

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
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 kommen Sie zu besseren Ergebnissen?



Stufe 1 im Vertrauensaufbau: Der erste Eindruck



**Kundenbeziehung am
Telefon erfolgreich starten**

1

Erster Eindruck

**Der erste Eindruck ist wichtiger, als
viele denken!**

**Das *emotionale* Kundengehirn
entscheidet in 0,5 Sekunden:**

- Ist der Eindruck mit der neuen Stimme 😊 **positiv** → **Termin** ✓
... oder ...
- Ist der Eindruck ☹️ **negativ** → **Ende**
der Kundenbeziehung schon hier!

Was gibt Anrufer/innen Sicherheit?

- Profis verwenden bewährte **Leitfäden**
- achten auf ihre **Körpersprache**
- verwenden **Hilfsmittel**



Schritt 2: Die Klingende Visitenkarte



2

Klingende Visitenkarte

Die perfekte Meldung am Telefon und Antwort auf die Frage:

Wer ist das, der/die mich anruft?

Interessant/in fragt sich: Wer ist das? Die Meldung mit einer „Klingenden Visitenkarte“ ist die Basis für Erfolg:

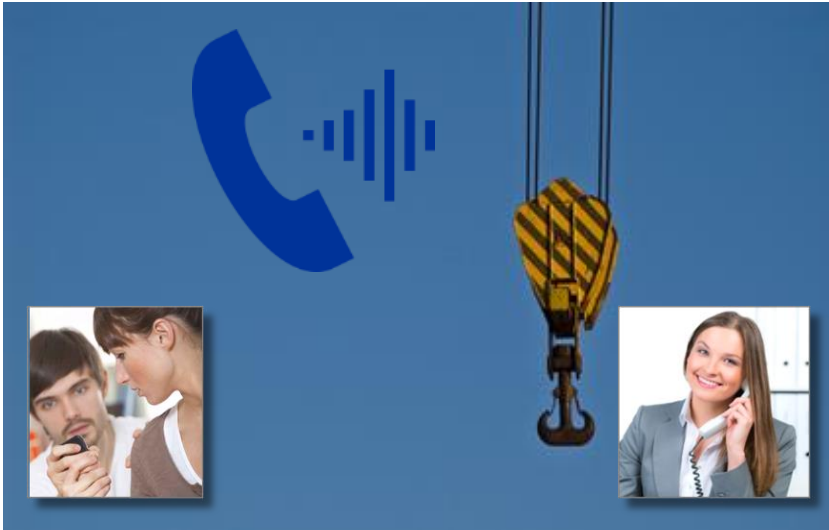
- Gefühlte **10% langsamer sprechen** strahlt Souveränität und Sicherheit aus
- **Erste Worte** „Guten Tag Herr/Frau ...“
- Den eigenen **Name verständlich nennen**
- **Körpersprache** für besseren Stimmklang nutzen: stehend telefonieren gibt z.B. eine gute „Vorspannung“ in der Stimme

Ergebnisse

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



Schritt 3: Mit starken Aufhängern Vertrauen aufbauen



3 Starke Aufhänger...

... stellen tragfähiges Vertrauen her!

Zwei bis vier Wahrheiten bringen die Gesprächspartner **zum Nicken** und „fest an den Haken“.

- „Wir haben gestern Abend kurz nach 21 Uhr eine Anfrage bekommen auf den Namen Hans Meiser, sind Sie das selbst?“

... Meiser: **Ja!**

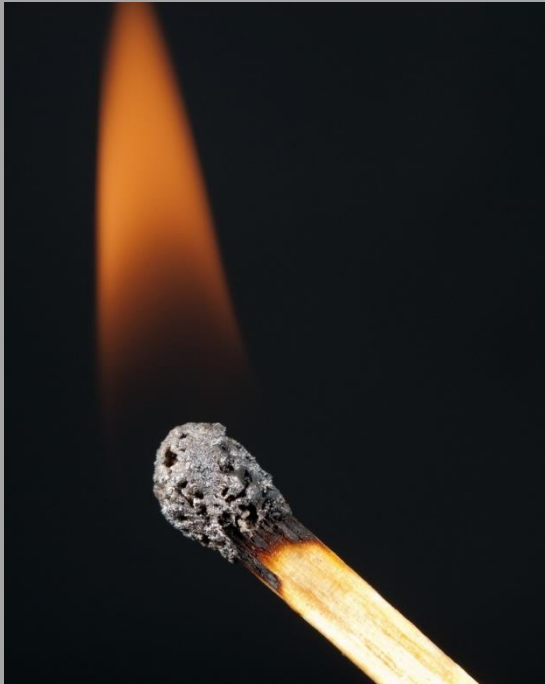
- „Hier steht, dass Sie vielleicht eine Immobilie aus Baujahr 1976 sanieren wollen – ist das richtig?“ ... **Ja!**

Die Interessenten sagen sich „**Ja, stimmt**, der/die Anrufer/in hat recht!“ und haben ein 😊 **gutes Gefühl**

► **Der 3-stufige Vertrauensaufbau funktioniert und gibt Sicherheit!**



Kurzpräsentationen in ‚Streichholzlänge‘



15 – 25 Sekunden
19 Erfolgsfaktoren

Jetzt fragt sich der Kunde oder die Kundin: Warum sollte ich mich von dem (oder der) 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 positive Wirkung erzielen. Dieses Wissen können Sie sofort nutzen und Telefonate „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“



Akquise-Werkzeug: digitale Assistenz EVA



Vorteile der Betreuung durch die digitale EVA

- EVA ist eine intelligente **digitale Vertriebs-Assistenz** und bedeutet „**Effiziente Vertriebs-Automation**“ – mit System, 100 % zuverlässig:
- 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**

Wo wird eigentlich die Kaufentscheidung getroffen?



**Typgerecht besser beraten
+ mehr verkaufen**

- **Blick in die Entscheidungszentrale**
- Das emotionale Kundengehirn „limbisches System“
- Erfolg vervielfachen durch typgerechte Argumentation



“Der Kunde steht bei uns im Mittelpunkt!”

Das sagt fast jedes Unternehmen und jeder Berater.

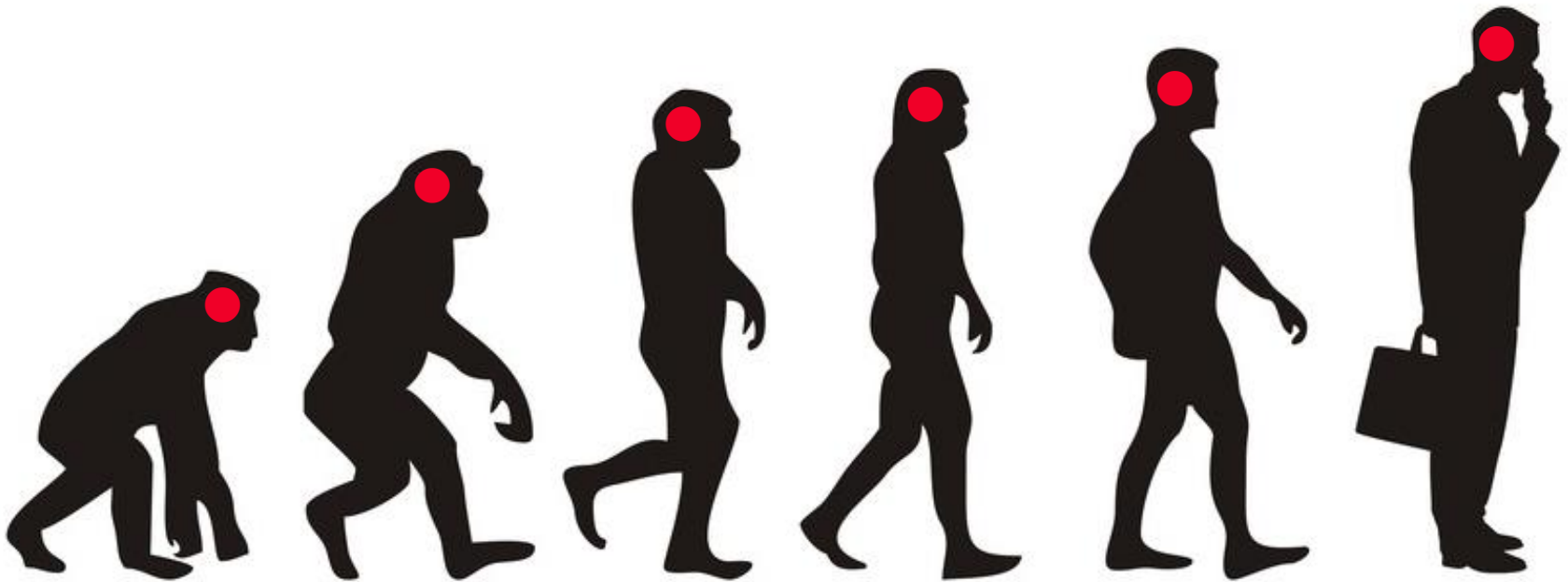


Aber: Was bedeutet das konkret?

Werden Kundinnen und Kunden typgerechten beraten und betreut?

**Kunden fühlen sich unwohl, wenn sie das Gefühl haben, dass
die Berater eine andere Sprache sprechen.**

Letzte Upgrade vor 70.000 Jahren!





Was nimmt Ihr Kunde wahr?

Im limbischen System:

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

Jede Information wird hier
😊 oder ☹️ bewertet

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





Argumente für verschiedene emotionale Typen



„... 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)**



Emotionale Typen, Werte, Emotionen

Der vollständige Kreis menschlicher Emotionen:



► **Top-Performer mit Erfolg über 80 % beherrschen typgerechte Kommunikation!**

Fazit: Verkaufserfolge sind stark emotional beeinflusst!



Hirnforscher sagen: Entscheidungen fallen >70 % emotional

**Informationen werden –
besonders zu Beginn einer Kundenbeziehung –
stark emotional bewertet!**

**Nutzen Sie deshalb gehirn- und typgerechte Argumentation!
Das gilt für alle Kommunikationskanäle und Sinne**

Mehr Informationen?

www.terminland.de/eckart.krueger

E-Mail an info@akquise-experten.de



Was sagen Kunden und Anwender?

“

„Das Beste was ich in den letzten 12 Jahren in der Richtung erlebt habe. Kann ich sehr empfehlen!“

Thomas Börnert, Geschäftsführer

Wenn Sie die limbischen Typen erkennen, ist das ein 'eye-opener' und leitet zuverlässig zum Erfolg!“

Dr. Ines Kaldas, Unternehmensberaterin

„Wir bekommen jeden Kunden, wenn wir uns limbisch vorbereiten!“

Vertriebsleiter V. Goullos

”



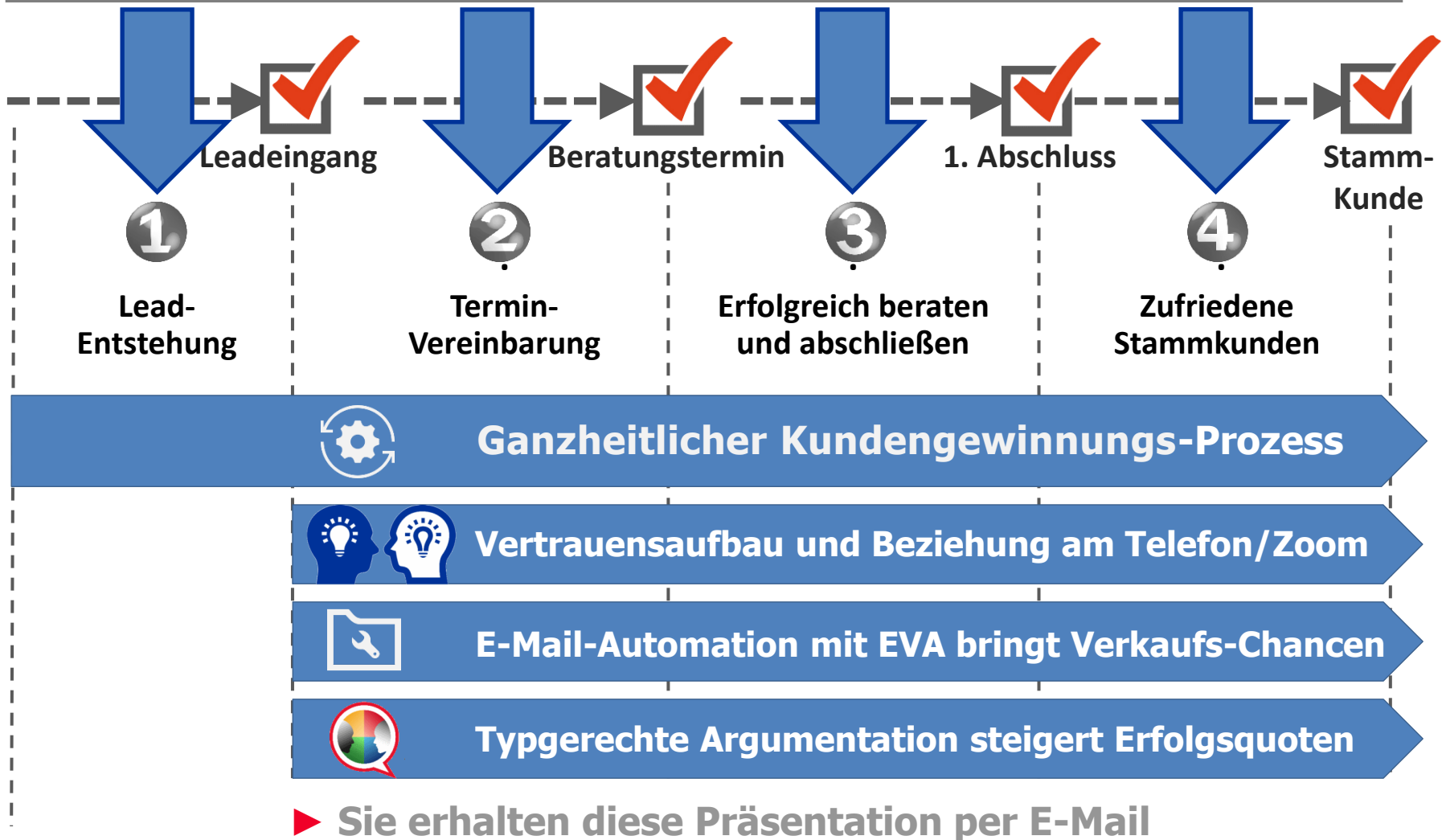
Angebote



- Module, mit denen Sie Ihre Ergebnisse schnell und messbar verbessern
- **Online-Trainings** zu je 90 Minuten
- Einzelcoaching am Telefon oder Zoom-Meeting
- Präsenztraining, Ort nach Vereinbarung
- Individuelles Ausbildungsprogramm: Die Module sind frei kombinierbar
- Der nächste Schritt: **kostenfreies Telefonat oder Zoom-Meeting**

E-Mail: krueger@akquise-experten.de **Telefon:** +49 6151 80036060

Module auf dem roten Faden zum Kunden





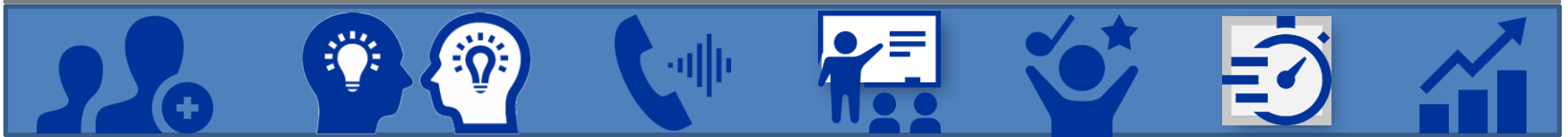
Marketing-Pyramide der „Hidden Champions“



► **Mehr Umsatz und Gewinn, mehr Sicherheit und Effizienz**



Themen, die Sie mit uns verbessern können



- **Ihren roten Faden zum Kunden finden:** digitale und analoge Schritte strategisch kombinieren. Ziel: mehr Termine, Umsatz und Gewinn – und höhere Motivation.
- Einen bestehenden **Leitfaden** für Telefonakquise oder Online-Meetings **gezielt optimieren** (z. B. 45 Minuten mit 5-minutenweiser Abrechnung).
- **Ausbildungsprogramm** oder Coaching über 6 Monate (z.B. wöchentlich 90 Minuten), um die nötigen Kompetenzen systematisch aufzubauen.
- **Beratende E-Mails** erstellen und den automatisierten Versand steuern, um Zeit zu sparen und effizienter zu arbeiten. Digitale E-Mail-Assistenz **EVA spart viel Zeit.**
- **Genau passende Mitarbeiter/innen** finden für den Vertrieb
- Gehirn- und **typgerechte Kommunikation** trainieren, um Abschlussquoten und Effizienz in Beratung und Verkauf zu steigern.
- **Angebote und Nachfass-Telefonate** zu höheren Abschlussquoten führen.
- ▶ Interessiert Sie ein Punkt? Fordern Sie unverbindlich ein Angebot an:
E-Mail: krueger@akquise-experten.de **Telefon:** +49 6151 80036060



Lohnt sich das?



Ihre Investition

Ihr Unternehmen wird viele Jahre von dieser Investition profitieren.

Einfache, schlanke Abrechnung

Wir bieten Ihnen ein einfaches schlankes Abrechnungsverfahren, das sich in den letzten Jahren in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden entwickelt und bewährt hat - mit 5-minütiger Abrechnung,

► **Kontaktieren Sie uns** für ein individuelles Angebot!



Kontakt-Möglichkeiten...



...nach diesem Webinar



Sie erhalten diese **Präsentation** per E-Mail eine **Checkliste**.

Wenn Sie weitere Informationen benötigen, nehmen Sie bitte einfach Kontakt mit uns auf. Das erste Telefonat ist kostenfrei und unverbindlich für Sie.



- Vereinbaren Sie einen Telefontermin auf **terminland.de/eckart.krueger**
- oder schicken Sie eine **E-Mail** an krueger@akquise-experten.de
- Oder rufen Sie uns einfach an: **Telefon** +49 6151 80036060



Fragen und Antworten



Welche Fragen haben Sie?

- ▶ Telefontermin: www.terminland.de/eckart.krueger
E-Mail: krueger@akquise-experten.de