



In 30 Minuten
wissen Sie
mehr!

30 MINUTEN

Ardeschyr Hagmaier

Basiswissen Akquise

GABAL

Ardeschyr Hagmaier

30 Minuten

Basiswissen Akquise

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg
Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen
Lektorat: Friederike Mannsperger, GABAL Verlag GmbH
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)
Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2011 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autor noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany

978-3-86936-262-5

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



Inhalt

Vorwort: Akquise in modernen Zeiten	6
1. Akquisitionsziele aus der Lebensvision ableiten	9
Der KAP-Erfolgskreis	10
Hängen Sie Ihre Ziele höher	12
Das „emotionale Warum“	14
Ziele in sieben Schritten definieren	16
2. Akquisitionsplan erstellen	21
Keine Akquisition ohne Plan	22
Akquisitionsprozess in systematische Teilschritte zerlegen	23
Sich zur Aktivität verpflichten	29
3. Akquisitions-Power auf die Straße bringen	33
Energiequellen anzapfen	34
T.U.N.: Einfach beginnen	37
Innovative Ideen für den Erstkontakt	41
Mit der LPPL-Strategie Kunden gewinnen	51
Eigene Leistungen anerkennen	54

4. Akquisitions-Potenziale aktivieren und erweitern	59
Stolpersteine aus dem Weg räumen	60
Kundenansprache optimieren	64
Weiterempfehlung herausfordern	77
5. Erfolgskontrollen durchführen	81
Aktivitäten und Erfolge überprüfen	82
Von der Erfolgskontrolle zum konkreten Tun – die EPAs	83
Fast Reader	88
Weiterführende Literatur	93
Der Autor	94
Register	95

Vorwort: Akquise in modernen Zeiten

Hard-Selling, Soft-Selling, Love-Selling, Team-Selling, Piranha-Selling oder Power-Selling. PR-Abteilungen und Öffentlichkeitsarbeiten überbieten sich in der Kreation neuer Akquisitions- und Verkaufsstile, die aus dem großen Kuchen „Akquisition & Verkauf“ immer nur einen kleinen Ausschnitt wählen. Da wird mit „Liebe“ akquiriert, da wird der harte Abschluss um jeden Preis gesucht, da geht das Team bei der Akquisition gemeinsam vor, da wird eine vertrauensvolle Akquisitionsbeziehung zum Kunden aufgebaut, da soll der Piranha-Verkäufer Biss und Begeisterung an den Tag legen.

Alles richtig, alles gut – denn es führen viele Wege zum Kunden. Aber jetzt kommt das große ABER: Die Vielzahl der Methoden verdeckt die Tatsache, dass es DEN Kunden nicht gibt – und es darum nicht genügt, eine oder zwei der Methoden anzuwenden. Der Verkäufer – also Sie – muss sie vielmehr alle beherrschen, denn:

- Der beziehungsorientierte Kunde wird auf der Beziehungsebene angesprochen, mit dem Willen zum Vertrauensaufbau.

- Der zahlenorientierte Kunde will durch Zahlen, Daten, Fakten überzeugt werden.
- Und wer kennt nicht Kunden, die zu Beginn des Verkaufsgesprächs am vertrauensvollen Beziehungsaufbau interessiert sind, aber in der Argumentations- und Abschlussphase urplötzlich zum „harten Hund“ mutieren?

Das heißt: Sie sollten auf jeden Fall in der Lage sein, blitzschnell in den anderen Akquisitions- und Verkaufsstil zu wechseln. Es gibt immer nur den individuellen Weg zum individuellen Kunden. Sie dürfen nicht allein nur Hard-Seller oder Soft-Seller oder Power-Seller oder Love-Seller sein. Je nachdem, mit welchem Menschen Sie es zu tun haben, muss der entsprechende Akquisitionsstil zum Einsatz gelangen.

Wie kann dies gelingen? Durch KAP, durch Kontinuierliche Akquisitions-Power, durch den KAP-Erfolgskreis, den ich Ihnen in diesem Buch vorstellen möchte. Und dann entscheiden Sie nach der Lektüre dieses Buches, ob Sie Ihren gewohnten Weg weiterhin verfolgen wollen – oder ob Sie Kontinuierliche Akquisitions-Power aufbauen möchten.

Ihr Ardeschyr Hagmaier
www.ardeschyr-hagmaier.com



30 MINUTEN

**Was hat die Akquisition von
Neukunden mit meinen
Lebenszielen zu tun?**

Seite 12

**Warum muss ich mir Gedanken
um das „emotionale Warum“
machen?**

Seite 14

**Wie leite ich meine Akquisitions-
ziele aus meiner Lebensvision ab?**

Seite 16

1. Akquisitionsziele aus der Lebensvision ableiten

Am Anfang jeder erfolgreichen Akquisition und des KAP-Erfolgskreises steht die Beschäftigung mit den Akquisitionszielen. Wer seine Ziele nicht kennt, weiß auch nicht, welche Wegstrecke er einplanen und gehen muss, welche Verpflegung (Energien) er mitnehmen sollte, wann und von wo er starten muss (Tun), und kann nicht überprüfen, auf welchem Teilabschnitt des Weges zum Ziel er sich befindet. Ohne Ziele ist alles nichts.

