

jeder-ist-unternehmer.de

Wege zum Kunden

Akquise für Existenzgründer, Freelancer und Kleinunternehmer

von
Barbara Kettl-Römer

2., aktualisierte Auflage 2011

Linde Verlag Wien 2011

Verlag C.H. Beck im Internet:
www.beck.de

ISBN 978 3 7093 0354 2

Zu [Leseprobe](#)

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Vorwort	7
1. Beseitigen Sie die Akquise-Hemmnisse in Ihrem Kopf	9
Warum ist Akquise für viele Selbständige eigentlich so unangenehm?.....	10
Prüfen Sie Ihre Einstellung.....	13
Die gute Nachricht: Akquirieren ist erlernbar.....	15
Kundengewinnung: Daueraufgabe für Unternehmer.....	19
2. So schärfen Sie Ihr Profil	23
Positionieren Sie sich.....	24
Was macht Sie und Ihre Leistung so besonders?.....	26
So gelingt die Kommunikation Ihres Profils nach außen.....	31
Corporate Design: Was gehört dazu und worauf ist bei der Gestaltung zu achten?.....	36
Legen Sie sich eine professionelle Geschäftsausstattung zu.....	43
3. Wer sind Ihre Kunden und was wollen sie?	47
Finden Sie heraus, wer zu Ihrer Zielgruppe gehört.....	48
So finden Sie Ihre potenziellen Kunden.....	54
Exkurs: Zur Rechtslage bei der Akquise.....	58
Qualifizieren Sie Ihre Kontakte sorgfältig.....	60
Was kaufen Ihre Kunden?.....	62
Was wissen Sie über die Wünsche Ihrer Zielgruppe(n)?.....	66
So legen Sie den Preis für Ihre Leistung fest.....	69

4. Viele Wege führen zum Kunden	75
Nutzen Sie Messen für die Akquise.....	77
Persönliche Kaltakquise: Besuchte Kunden beißen nicht	86
Vorträge und Seminare: Überzeugen Sie mit Ihrem Wissen.....	87
Beteiligen Sie sich an Akquise-Kooperationen	90
Wie Sie mit Pressearbeit Kunden gewinnen.....	93
5. So akquirieren Sie am Telefon	101
Nutzen Sie die Vorteile der telefonischen Kontaktaufnahme.....	104
Entwickeln Sie die richtige innere Haltung zur Telefonakquise	105
Ihr Telefonleitfaden: Wie Sie sicher Kunden gewinnen.....	109
6. Wie Sie per Brief Kontakt zu Ihren Kunden aufnehmen	121
Welche Faktoren bestimmen den Erfolg eines Mailings?	123
Erstellen Sie ein Angebot mit stimmigem Nutzenversprechen	126
Bauen Sie Ihre Briefe werbepsychologisch geschickt auf.....	128
7. Seien Sie im Internet präsent, damit Ihre Kunden Sie finden können	141
Ihre Website ist Ihre virtuelle Visitenkarte.....	142
Die wichtigsten Bestandteile eines Internetauftritts	144
Machen Sie Ihre „Visitenkarte“ zum Besuchermagneten	149
Wie Ihre Kunden Sie sicher im World Wide Web finden	153
8. Networking, Social Media & Co. – wer aktiv ist, findet überall Akquisechancen	157
Lassen Sie sich von Ihren Kunden empfehlen.....	158
Nutzen Sie Networking.....	161
Networking im Internet.....	166
Ein Wort zum Schluss	172
Stichwortverzeichnis	173