

(Rechtskonforme) Methoden der modernen Neukundengewinnung

Das Wort Akquise kommt aus dem lateinischen Sprachgebrauch und bedeutet sozusagen "hinzugewinnen" oder auch "anwerben". Kundenakquise kann man also mit Neukundengewinnung gleichsetzen. Damit sind alle Maßnahmen gemeint, die ein Unternehmen ergreift, um neue Kunden zu gewinnen. Doch damit diese auch erfolgreich umgesetzt werden können, sollte die Zielgruppe vorher genau definiert werden. Wenn Sie Ihre Zielgruppen kennen und wissen wer Ihre Kunden sind, können Sie diese gezielt anwerben.

Wo wir auch schon bei den Voraussetzungen für eine erfolgreiche Kundenakquise angekommen sind. Die wichtigste Grundlage wurde oben schon angesprochen: Das Kennen seiner Zielgruppe. Jedes Unternehmen funktioniert auf die gleiche Weise, ist dennoch auf seine Art einzigartig. Das zählt auch für den Prozess und die Struktur einer Firma. Was bei dem einen Unternehmen funktioniert, muss zwangsläufig nicht für andere Firmen funktionieren. Deshalb ist es von entscheidender Bedeutung, dass jedes Unternehmen seine eigenen Methoden findet. Das zählt auch für den Akquise-Prozess. Um herauszufinden, was am besten funktioniert, sollte firmenintern abgesprochen werden und divergiert allgemein von Unternehmen zu Unternehmen. Deshalb ist es ratsam, einen gewissen Puffer an finanziellen Mitteln bereit zu halten, um zu schauen, welche Methode zur Neukundengewinnung am besten für das Unternehmen geeignet ist. Das Team sollte für neue Möglichkeiten offen sein und sich nicht unbedingt an pragmatische Methoden festhalten. Denn der Markt und die Technologien sind im ständigen Wandel. Unternehmen, die sich dem Wandel nicht anpassen, werden in der Zukunft nicht mehr konkurrenzfähig sein.

Alle Möglichkeiten, mit denen Sie Kunden gewinnen können

Es gibt viele Methoden um neue Kunden zu gewinnen. In der heutigen Zeit kann man die Maßnahmen der Kundengewinnung in „aktive“ und „passive“ Akquise-Maßnahmen unterscheiden.

Aktive Akquise-Maßnahmen

Mit aktiven Akquise-Möglichkeiten sind Maßnahmen gemeint, bei denen ein Unternehmen den Kontakt mit den Kunden aktiv sucht. Genau wie im Outbound-Marketing versucht man eine große Masse an Menschen mit Werbung zu erreichen oder auf sie aktiv zuzugehen.

Methoden der aktiven Neukundengewinnung sind:

Die Telefonakquise: Gerade im B2B ist das Telefon-Marketing sehr beliebt. Das Unternehmen ruft bei potentiellen Kunden an und stellt seine Produkte oder Dienstleistung vor. Aber nicht immer muss es sich um ein Angebot handeln. Das Unternehmen kann sich auch Vorstellen und Schritt für Schritt zum Verkaufsabschluss kommen. Obwohl die Telefonakquise recht alt ist, ist sie heute immer noch beliebt. Nichts desto trotz sollte man aufpassen, weil sie rechtlich umstritten ist. Denn es dürfen nur Kunden angerufen werden, die es vorher schriftlich genehmigt haben.

(Personalisiertes) Mailing: Auch die Kundenakquise per Post ist recht beliebt. Denn sie hat einige bedeutende Vorteile gegenüber den E-Mails. Das Unternehmen kann die Briefe zielgruppengerecht gestalten und damit von sich überzeugen. Die Kunden können die Briefe anfassen. Dies wirkt viel persönlicher und kann die Chance erhöhen, dass sich der potentielle Kunde mit dem Unternehmen auseinandersetzt und es in Erinnerung behält. Außerdem

können personalisierte Briefe nicht einfach in den Spam Ordner gepackt werden, wie es üblich bei den E-Mails ist. Er kann höchstens ungeöffnet in den Papierkorb landen. Doch auch hier wurde vorher der Absender wahrgenommen. Um einen Brief an jemanden zu verschicken, bedarf es keine Erlaubnis. Das heißt, anders als bei dem Telefon-Marketing braucht es kein Einverständnis der Empfänger.

E-Mail: Für werbetaugliche E-Mails gelten die gleichen rechtlichen Schritte, wie bei der Telefon-Akquise. Denn eine E-Mail darf nur an den Kunden versendet werden, wenn dieser vorher ausdrücklich sein Einverständnis gegeben hat. Außer der Empfänger ist Kunde oder hat seine E-Mail gegen eine geschäftliche Gegenleistung gegeben. Deshalb ist die E-Mail keine Kundenmaßnahme, sondern eher eine Methode, um mit seinen Kunden in Kontakt zu bleiben und die Beziehung zu verbessern.

Printwerbung: Immer wieder hört man Printwerbung sei ausgestorben. Doch auch im digitalen Zeitalter kann diese Methode sehr effektiv sein. Arten der Printwerbung sind zum Beispiel Zeitung, Flyer oder auch Plakate. Der Vorteil ist, dass Zeitungen eine große Reichweite haben. Und selbst für das kleine Budget ist etwas dabei. Wenn Sie denken, Ihr Angebot ist begrenzt, können Sie auf regionale Zeitungen übergehen. Ein weiterer Vorteil ist, dass Sie Ihre Zielgruppe genau ansprechen können. Für ältere Menschen eignet sich diese Möglichkeit besser als mit Werbung im Internet. Doch je größer Ihre Wunschgruppe ist, desto größer sind auch die Streuverluste. Eine Person, die Interesse hat und das Unternehmen kontaktieren will, hat einen relativ großen Aufwand. Denn sie muss aktiv den Kontakt suchen. Auch die Kosten sind nicht zu unterschätzen. Es kommt auch drauf an, bei welcher Zeitung Sie Ihre Werbung drucken lassen. Sie sollten sich klar sein, dass mit weniger werdenden Auflagen Ihre Reichweite geringer wird.

Flyer: Flyer gehören zur Printwerbung und sind bei kleineren Unternehmen beliebt. Der Aufwand und die Kosten dafür sind relativ gering und überschaubar. Und für die Erstellung bedarf es nicht viel. Ein weiterer Vorteil ist die Flexibilität. Denn Sie können sie an die Menschen auf der Straße verteilen, in die Briefkästen werfen oder an die Geschäfte auslegen.

Plakate: Der Vorgänger der Flyer sind Plakate. Und auch sie erfreuen sich an großer Beliebtheit. Denn sie sind auch aus großer Entfernung gut sichtbar und wie ihre kleinen Freunde kostengünstig herzustellen. Doch ohne weiteres dürfen Sie Plakate nicht aufhängen. Sie müssen vorher die Erlaubnis der Stadt einholen, sonst fallen Gebühren an.

Passive Akquise-Maßnahmen

Unter passiver Kundenakquise versteht man, dass das Unternehmen vom Kunden gefunden wird. Zum Beispiel über eine Webseite, Blog oder Social Media. Diese Maßnahmen zielen darauf ab, für die Menschen nützlichen Inhalt bereitzustellen, der ihre Probleme löst. Es sollte also ein Mehrwert geboten werden. Es geht also darum Menschen mit interessanten Inhalten „anzuziehen“.

Methoden der passiven Neukundengewinnung sind:

Einer dieser Möglichkeiten ist die eigene **Webseite**. Sie ist das Aushängeschild eines Unternehmens. Wer heutzutage nach einem Produkt oder einer Dienstleistung sucht, benutzt als erstes das Internet. Daher sollte jedes Unternehmen eine professionelle und interessensspezifische Webseite besitzen. Eine gute **suchmaschinenoptimierte** Webseite kann viel zur Kundengewinnung beitragen.

Neben der Website kann auch der **Blog** zur Neukundengewinnung eingesetzt werden. Es gibt eine Menge Vorteile, warum ein Unternehmen einen Blog besitzen sollte: Durch das Erstellen von Inhalten generiert ein Unternehmen mehr Besucher. Ein Blog kann man sich als eine Art Archiv vorstellen, welches zeitlos im Internet zu finden ist. Dadurch ist ein Unternehmen in der Lage, mehr potentielle Kunden zu generieren. Ein Blog kann aber auch dazu dienen, dass die Besucher mehr über Sie erfahren. Es wird eine Verbindung zwischen Unternehmen und Mensch aufgebaut. Ein weiterer Vorteil ist, dass bei erklärungsbedürftigen Produkten ein Blog dazu genutzt werden kann, um den Besuchern die Philosophie eines Unternehmens näher zu bringen oder ein Produkt vorzustellen.

Auch **Bewertungsportale** können dafür genutzt werden, die Aufmerksamkeit seiner Kunden zu gewinnen. Die beste Werbung kommt nicht von Ihnen selbst, sondern von Ihren Kunden. Wenn Ihre Kunden zufrieden sind, werden sie ihren Freunden oder Verwandten weiterhelfen. Sogenannte Bewertungsportale erfreuen sich an immer größerer Beliebtheit und werden als die neuen Branchenbücher gesehen. Menschen schreiben dort Ihre Erfahrungen nieder und teilen diese mit ihren Mitmenschen. Daher sollten Unternehmen ihren Kunden mehr bieten und sich um sie bemühen. Letztendlich wird es sich bezahlbar machen.

Ein noch unterschätztes Thema ist das **Networking**. **Social-Media-Plattformen** wie LinkedIn oder Xing bieten eine gute Möglichkeit sich auf beruflicher Ebene zu vernetzen. Dort haben Sie die Möglichkeit sich mit anderen Mitarbeitern aus verschiedenen Unternehmen anzufreunden und sich auszutauschen. Durch das Kennenlernen kann der ein oder andere Kunde dazugewonnen werden.

!!! DISCLAIMER: DIES IST KEINE RECHTSBERATUNG !!!