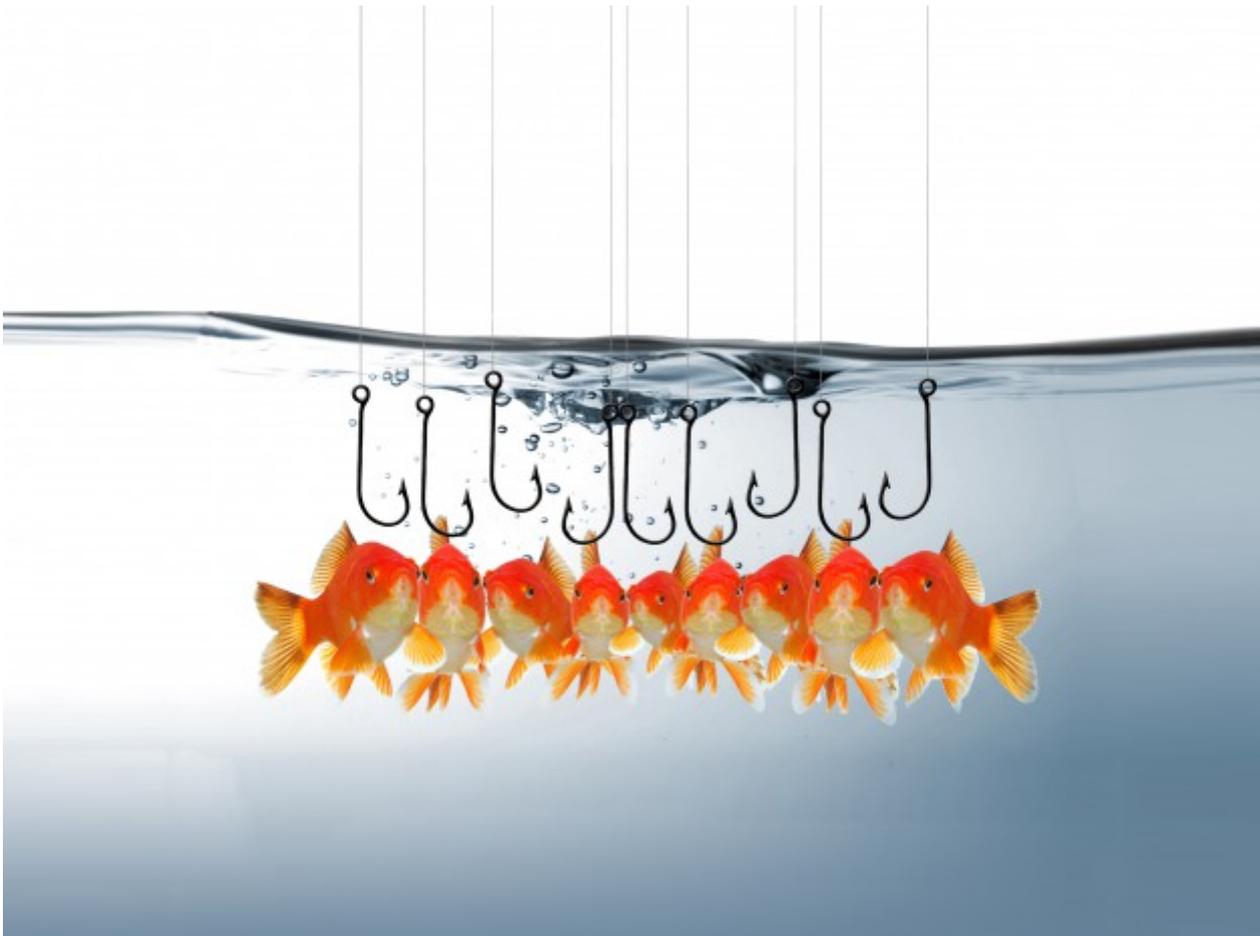


April 2015



So gewinnen Sie neue Kunden!

Selbst erfahrene Handwerker und Verkäufer klappern gerne ihre Bestandskunden ab, bevor sie sich auf die mühsame Suche nach neuen Kunden machen. Doch die Suche kann sich lohnen – wenn Sie fünf entscheidende Fehler vermeiden.



Bestandskunden sind angenehm: Schließlich kennt man seinen Ansprechpartner persönlich und weiß um Ansatzpunkte für zusätzliches Geschäft. Eine gediegene Komfortzone. Dagegen ist es viel schwieriger Neukunden zu gewinnen. Aber dafür stehen umfangreichere und lukrativere Geschäfte in Aussicht. Alle Marketingmaßnahmen von Anzeigen über Pressearbeit und Katalogen bis zu Messeauftritten wären umsonst, wenn Handwerker nicht immer wieder ins kalte Wasser springen. Buchautor Jürgen Frey („Mein Freund, der Kunde“) warnt vor fünf klassischen Fehlern.

1. Zu wenig Kontakte:

Viele Verkäufer sind zu optimistisch. Nach dem Motto: Nach zehn Telefonaten habe ich fünf Aufträge. Die Erfolgsquote ist von Branche zu Branche extrem unterschiedlich. Auch Geschäftskunden verhalten sich anders als Endkunden. Deshalb ist es wichtig, sich einen entsprechend großen Adressenpool zu organisieren, wenn das Ziel tatsächlich fünf Aufträge sind.

Doch selbst wenn potentielle Kunden interessiert sind, machen Handwerker zu wenig Kontakte. Die Statistik sagt, dass ein Käufer durchschnittlich erst nach sieben Kontakten eine Unterschrift unter den Vertrag setzt. Deshalb heißt es: Dran bleiben.

2. Konstruktiv mit Absagen umgehen:

Wer immer wieder „Nein“ hört, sollte mit dieser Frustration sachlich umgehen. Vielleicht hat der Handwerker nicht die richtigen Verkaufsargumente oder die richtige Strategie. Jetzt gibt es drei Möglichkeiten: Erstens, einen Kunden fragen, welche Argumente ihn überzeugt haben. Zweitens, diejenige, die absagen um ein zweiminütiges Feedback bitten: Warum konnte ich Sie nicht gewinnen? Was hat Ihnen beim alternativen Angebot besser gefallen? Drittens, mit einem Profi oder Kollegen die Gespräche reflektieren.

3. Nicht zuhören und verstehen wollen:

Es ist nicht wichtig, welche Produkte und Dienstleistungen ein Handwerker anzubieten hat. Entscheidend ist, welchen Nutzen er seinem potentiellen Kunden stiften kann. Bildlich gesprochen: Der tollste Hammer nutzt nichts, wenn der Kunde einen Bohrer benötigt. Beide Seiten können sich dann Zeit sparen. Deswegen ist fragen, zuhören und den Wunsch des Kunden verstehen so wichtig. Nur so kann man das Passende anbieten.

4. Zu wenig Zeit für aktives Verkaufen:

Wer neue Kunden gewinnen will, muss Prioritäten setzen und sich nicht durch sein operatives Geschäft ständig ablenken lassen. Wer keine Freiräume dafür schafft, kommt nie zu Potte. Es gilt nicht nur Zeit für die ersten Anrufe einzuplanen, sondern auch fürs zeitnahe Nachfassen und für Fahrten zu interessierten End- oder Gewerbekunden.

5. Zu schnelle und leichtfertige Preisreduzierung:

Der Gewinn neuer Kunden ist nicht per se ein Erfolg, wenn zu leichtfertig der Preis reduziert wird. Wer bei einer Gewinnmarge von zehn Prozent fünf Prozent nachlässt, muss doppelt so viel verkaufen, um den Preisnachlass wieder einzuspielen. Außerdem: Ein niedrigerer Preis, wenn er sich rumspricht, ist schwer wieder auf ein höheres Niveau zu bekommen. Argumentieren Sie für Ihren Preis. Gerade Verkäufer hochwertiger Produkte sagen gerne, dass man ein Fünftel über dem marktüblichen Preis liegt, aber etwa die Dachfolie doppelt so lange hält oder die Investition in LED-Leuchten und Bewegungsmelder sich in drei Jahren amortisiert.

Jürgen Frey ist Marketing- und Vertriebsexperte und berät seit 13 Jahren Unternehmen in ganz Deutschland. Auf die Kompetenz und internationale Erfahrung des 44-jährigen Wirtschaftsingenieurs und Buchautors von der Unternehmensberatung Tempus-Consulting setzen Industrieunternehmen wie Handwerksbetriebe.

Foto: Fotolia

[Empfehlungen: So gewinnen Handwerker neue Kunden](#)
[Handwerk: Zehn Regeln für ein erfolgreiches Marketing](#)
[So kommen Handwerker an mehr Aufträge](#)
[Professionell Kontakte knüpfen](#)