



Dirk Kreuter
Neukunden mit Garantie im B2B

Neues von Dirk Kreuter
Ausgabe: 10
Juli 2008

Neukundengewinnung über Mailings? Wird der potenzielle Kunde so wirklich erreicht? Mittlerweile kenne ich so viele Beispiele, ja Horrorgeschichten, bei denen tausende von Werbebriefen verschickt wurden und darauf hin nichts passierte. Ist dieses Akquiseinstrument im B2B überhaupt noch geeignet?

Wie bei allen Werkzeugen zur Akquise ist es immer wichtig zu überlegen, ob das Instrument zur Zielgruppe passt und ob es ideal eingesetzt wird. Es ist falsch zu sagen, dass Mailings nur funktionieren, wenn sie 100 prozentig professionell gemacht werden!

Gut, und wie bekomme ich das heraus? Mit den Profis für Mailings bei der Deutschen Post! Die Post verfügt deutschlandweit über echte Profis zum Thema in ihren Direktmarketing Centern. Diese beschäftigen sich den ganzen Tag lang damit Werbebriefe und die dazugehörigen Prozesse zu perfektionieren. Und das Beste: Der Service ist für Sie kostenfrei!

Meine Mitarbeiter und ich sind immer wieder beeindruckt, welche Tipps wir noch bei der Beratung bekommen!

Also: Wenn Sie ein Mailing planen, dann machen Sie einen Termin mit den Profis von der Post. Vor Ort im Direktmarketing Center oder bei Ihnen im Haus. Weitere Ideen für gute Mailings finden Sie auch weiter unten.

Viel Spaß beim Lesen! Möglicherweise sehen wir uns bei einem meiner Vorträge oder Seminare. Die Termine finden Sie hier: www.DirkKreuter.de

Ihr
Dirk Kreuter

Inhalt	
01	»Interview mit Alexander Christiani Teil II
02	»Das Top-Event: SALESMASTERS Forum in Düsseldorf
03	»Summer Special 2008
04	»Kalender von Dirk Kreuter
05	»Praxistipp: Mailings einmal etwas anders
06	»Dirk Kreuter

Der Newsletter von Dirk Kreuter ist für alle, die neue Kunden wollen und deshalb regelmäßig wertvolle Praxistipps und aktuelle Informationen rund um die Themen "Neukundengewinnung im B2B" und "Empfehlungsmanagement" nutzen möchten.

Sie können diesen Newsletter auch grafisch aufbereitet ausdrucken und ganz in Ruhe lesen.

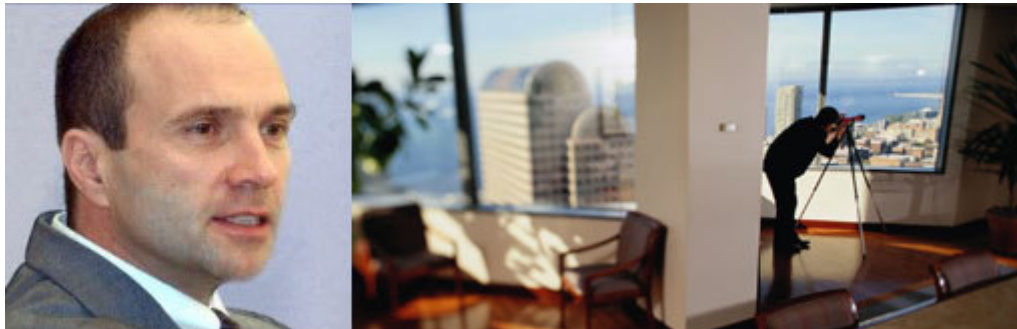
Nutzen Sie Artikel des Newsletters für Ihre eigenen Publikationen. Bedingung: ein Hinweis auf Dirk Kreuter und ein Link auf www.DirkKreuter.de.

Empfehlen Sie diesen Newsletter, indem Sie ihn einfach weiterleiten. Vielen Dank!

.....

»1. Interview mit Alexander Christiani zum Thema Neukundengewinnung - Teil II

Den ersten Teil finden Sie im [letzten Newsletter](#)



Welches kreative Beispiel fällt Ihnen zum Thema Neukundengewinnung ein?

Ein deutsches Möbelhaus hat ein Call-Center und Mobilfunkadressen gekauft. Das an sich ist für deutsche Verhältnisse schon relativ neuartig. Das Besondere ist jedoch die Aktion, die darauf folgte.

Es wurde auf die Mailbox gesprochen: "Hallo, Riesenüberraschung! Sie sind Kunde des Möbelhauses XY! Wir haben dieses Jahr etwas ganz besonderes vor, um Ihnen für Ihre langjährige Treue zu danken. Wir möchten Ihnen einen Weihnachtsbaum schenken! Dabei können Sie zudem genau den aussuchen, der Ihnen am besten gefällt und der am besten in Ihr Wohnzimmer passt! Wir würden uns sehr freuen, Sie am nächsten Samstag oder Sonntag ab 09:00 Uhr auf unserem Gelände begrüßen zu dürfen!" Die Investition in die Weihnachtsbäume betrug pro Stück lediglich € 3,50.

Das Möbelhaus hatte natürlich Stammkunden und potenzielle Neukunden angesprochen. Die Reaktion war klar: "Das ist ja toll! Da bekommen wir einen Weihnachtsbaum geschenkt! Da gehen wir nächsten Samstag hin!"

Die Interessierten staunten nicht schlecht! Auf dem Gelände des Möbelhauses warteten 5000 Weihnachtsbäume! Um einen Baum zu erhalten, musste man auf der Kundenliste vermerkt sein. War das nicht der Fall wurde folgendes mitgeteilt: "Sie stehen leider nicht auf unserer Kundenliste. Das muss wohl ein Versehen sein, da Ihnen ja per Mailboxspruch Bescheid gegeben wurde. Würden Sie so nett sein, in den zweiten Stock zu gehen, um Ihre Kundendaten zu hinterlegen? Mit der Kundenkarte, die Sie von meinem Kollegen erhalten, können Sie sich dann Ihren Weihnachtsbaum aussuchen."

Hier zeigt sich schon das erste Resultat dieser Aktion. Das Möbelhaus hat auf diesem Weg Adressen generiert. Zudem bot der Gang durch das Möbelhaus den Kunden eine speziell auf die Aktion zugeschnittene Auswahl an Produkten. Dies war der Zugang zu einer Zusatzeinnahmequelle für das Möbelhaus: es wurden passende Christbaumständer und Baumschmuck verkauft.

Die Weihnachtsbaumaktion lief erfolgreich weiter, bis ein ortsansässiger Weihnachtsbaumverkäufer auf sich aufmerksam machte. Durch die Aktion des Möbelhauses lief sein Geschäft spürbar schlechter, so dass er sich beim regionalen Fernsehsender beschwerte: "Der Möbelriese ruiniert mich! Ich bleibe auf meinen 400 Bäumen sitzen!"

Dies stellte eine große Herausforderung für das Möbelhaus dar. Man befürchtete, dass die ganze Aktion Negativschlagzeilen auslöst. Doch jetzt aufgepasst! Die Reaktion des Möbelhauses war phantastisch! Die Verantwortlichen nahmen sofort Kontakt zum Fernsehsender auf: "Passen Sie auf, machen Sie doch ein Interview mit uns und dem Weihnachtsbaumverkäufer. Wir würden ihm gerne die 400 Bäume abkaufen, da uns unsere regelrecht aus den Händen gerissen werden und die Nachfrage unserer Kunden noch höher ist, als wir vorher abwägen konnten."

Was glauben Sie, was passiert ist? Das Möbelhaus hat es geschafft, die anfängliche Beschwerde pressetechnisch für sich zu nutzen und zudem noch stärker auf die eigene Aktion aufmerksam zu machen. Ein voller Erfolg also!

Welches sind aus Ihrer Sicht die beiden wichtigsten Eigenschaften, die ein Vertriebsmitarbeiter mit dem Schwerpunkt Neukundengewinnung im B2B mitbringen sollte?

Ich würde es gerne auf eine komplexe Eigenschaft reduzieren: Selbstbewusstsein! Das wichtigste Hauptmerkmal für einen Neukundenakquisiteur ist die Überzeugung, alle Werkzeuge, die man für die Akquise benötigt, zu besitzen. Dazu habe ich eine Übung entwickelt. Ich nenne sie Selbstbild-Design. Sie beschreibt den Aufbau und die Bestätigung des Selbstbildes, das Sie benötigen, um in Ihrem Job erfolgreich zu sein. Dies funktioniert folgendermaßen:

1. Erstellen Sie aus Ihrer Sicht eine Liste mit den sieben wichtigsten Eigenschaften eines Neukundenakquisiteurs. Welche das objektiv sind, ist egal.
2. Finden Sie zu jeder dieser Eigenschaften eine persönliche Situation aus Ihrem Leben, in der Sie erfolgreich waren.

So entwickeln Sie eine Landkarte zu allen sieben Eigenschaften mit den passenden persönlichen Situationen, die Ihr Bild des erfolgreichen Neukundenakquisiteurs beweist.

Den Grundsatz kennen Sie! Hier greifen in positiver Art und Weise die sich selbst erfüllenden Prophezeiungen, von denen Sigmund Freud schon sprach, "Glaube du wirst es schaffen und du wirst Recht behalten. Glaube du wirst es nicht schaffen, und du wirst ebenfalls Recht behalten".

Es geht um die selektive Selbsterkenntnis der notwendigen und hilfreichen Stärken. Was ist, wenn man sich der Eigenschaften bewusst wird, die für eine erfolgreiche Neukundenakquise wichtig sind, man jedoch feststellt, dass man genau da Schwächen aufweist? Nun ja, genau hier setze ich als Coach an. Die Erfahrung, die ich immer dabei mache, ist, dass es nicht der Realität entspricht, dass Menschen keine Überzeugungssituationen haben. Es liegt daran, dass Sie diese im Kopf nicht so sortiert haben, sodass Sie Ihnen schnell genug einfallen und auf neue Situationen übertragen. Dabei kann ich Ihnen dann als Coach weiterhelfen.

Vielen Dank Herr Christiani!



2. Salesmasters Forum Düsseldorf

Am 12. September ist Ihre **letzte Gelegenheit** die SALESMASTERS - Alexander Christiani, Martin Limbeck, Dirk Kreuter, Erich Norbert Detroy und Klaus Fink - in der Urbesetzung zu erleben.

Im Düsseldorfer Maritimhotel plaudern alle fünf Spitzentrainer noch einmal ordentlich aus dem Nähkästchen und geben Ihnen innovative Ansätze sowie Tipps und Tricks zum **Thema Führung** an die Hand.

Wie immer haben Sie ausreichend Gelegenheit zum Austausch unter Gleichgesinnten und Referenten. Das Jahreshighlight, das Sie nicht verpassen sollten!

Für uns Grund genug, einen Videomitschnitt bei diesem besonderen Event von P³ anzufertigen zu lassen! Wenn Sie an diesem Tag verhindert sind oder den Vortrag von Dirk Kreuter "12 Phänomene in der Vertriebsführung - So optimieren Sie Ihre Vertriebsorganisation garantiert" nochmals Revue passieren lassen möchten, können Sie sich bereits jetzt die DVD zum Preis von € 49,00 sichern.

»Vorbestellung ...

Ein besonderer Tipp für Sie: Teilnehmer der Veranstaltung können den Mitschnitt direkt bei uns am Stand bestellen und erhalten zusätzlich die DVD "Auftragspipeline Internet" als Geschenk zum mitnehmen!

Für Fragen zur Veranstaltung steht Ihnen Herr Carsten Drüber unter der 0800-5738837 gerne zur Verfügung.

»Informationen und Anmeldung ...

Nächstes Jahr geht es im neuen Format mit den "SALESMASTERS and Friends" weiter. Lassen Sie sich überraschen ...

»3. Summer Special

Nutzen Sie die Ferienzeit auch für Ihre persönliche Weiterbildung beim Sonnen und Relaxen. Profitieren Sie von unserem Sommer Angebot: Bis zum 30. August erhalten Sie das Hörbuch "Verkaufspower im Außendienst" zusammen mit dem brandneuen Livemitschnitt "Vertriebsoffensive 2008" zum **Paketpreis von € 45,00** (statt € 94,80). In diesem Paket bekommen Sie alles was Sie benötigen, um mit Ihrer Akquise im zweiten Halbjahr so richtig durchzustarten!



Vertriebsoffensive 2008

Neukundengewinnung und Motivation sind die Themen des Erfolgsseminars von Jürgen Höller und Dirk Kreuter, das 2008 bereits zum dritten Mal die Teilnehmer aus allen Branchen begeisterte.

Jürgen Höller liefert durch seine langjährige Erfahrung als Motivationstrainer und Verkäufer wichtige Tipps über das Auftreten und die Einstellung als Verkäufer zum Beruf, zum Produkt, zur Firma und natürlich zum Kunden.

Dirk Kreuter zeigt Ihnen verschiedene Methoden, wie Sie garantiert an neue Kunden kommen und wie Sie Ihre Bestandskunden halten können. Verkaufen beginnt mit der Kundengewinnung, nicht mit dem Verkaufsgespräch. Erleben Sie auf 2 CDs von jeweils etwa 70 Minuten, was Sie tun können, um noch erfolgreicher zu sein! Regulärer Ladenpreis 39.90 €!

»Hörprobe

»Einige Impressionen zur Vertriebsoffensive finden Sie auch bei YouTube



Verkaufspower im Außendienst

Pragmatisch und leicht verständlich stellt Dirk Kreuter in diesem Hörbuch erfolgreiche Strategien und Methoden für Außendienstmitarbeiter dar. Selbst erfahrene Außendienstler können noch eine Menge dazulernen. Behandelt werden Selbstmanagement, Organisation von Kundenkontakten und -daten, sowie der Ablauf und die Vor- und Nachbereitung von Kundengesprächen. Bei den

Strategien unterscheidet der Autor Stammkundenmanagement, Kundenrück- und Kundenneugewinnung und er geht auf Key-Account ein. Denn das Gewinnen von neuen Kunden und die Betreuung von Schlüsselkunden werden immer wichtiger. Vier CDs, regulärer Ladenpreis: € 54,90

»Sparen Sie über die Hälfte, verdoppeln Sie Ihren Verkaufserfolg und bestellen Sie jetzt ...



»4. Kalender von Dirk Kreuter

" SALESMASTERS SALESFORUM "

12. September 2008 im Maritim Hotel, Düsseldorf

" Neukunden mit Garantie im B2B "

20. und 21. November 2008, Dortmund

Alle Veranstaltungstermine finden Sie unter www.DirkKreuter.de.

Möchten Sie weitere Informationen erhalten – oder an einer der Veranstaltungen teilnehmen?

Dann kontaktieren Sie bitte Herrn Carsten Drüber per Telefon unter 0800 / 57 388 37 oder Carsten.Drueber@DirkKreuter.de. Wir reservieren Ihnen gerne einen Platz.

Suchen Sie nach motivierenden und aktuellen Vortragsthemen für Ihre Veranstaltung? Hier finden Sie die aktuellen Themen von Dirk Kreuter.

»5. Praxistipp: Mailings einmal anders - Empfänger mal drei

Die Responsequote, das heißt die Antwortwahrscheinlichkeit auf ein Mailing, ist in der heutigen Zeit im Promille-Bereich wieder zu finden. Sicherlich kommt es darauf an, über welche Adressen Sie verfügen, wie gut diese gepflegt sind und auf welchen Wegen Sie

diese bekommen haben. Auf der anderen Seite gibt es Mailings, die überdurchschnittlich erfolgreich sind!

Rein statistisch erhält jeder Bundesbürger 155 Werbebriefe pro Jahr, das heißt die meisten Menschen lesen Ihre Post schon über dem Mülleimer. Doch Sie haben durchaus Möglichkeiten, Ihr Mailing erfolgreich zu gestalten:

1. Achten Sie auf die Qualität der Adressen.
2. Personifizieren Sie Ihr Mailing in jedem Fall, d.h. Ansprechpartner mit korrekt geschriebenem Vor- und Nachnamen.
3. Verschicken Sie Ihre Post zum richtigen Zeitpunkt. Der Brief muss an einem Dienstag, Mittwoch oder Donnerstag ankommen.
4. Achten Sie auf eine Responsemöglichkeit für Ihren Empfänger, d.h. eine Faxrückantwort oder eine Postkarte.
5. Bieten Sie einen Anreiz, auf Ihr Schreiben zu reagieren. Eine Verlosung, eine wichtige Information oder Ähnliches.
6. Arbeiten Sie mit Verstärkern! Achten Sie darauf, dass Ihr Kunde den Brief tatsächlich öffnet. Doch sollte dies etwas Originelles sein. Bitte sparen Sie sich Briefe mit dem üblichen Samentütchen für Vergissmeinnicht-Pflanzen, das ist doch in der heutigen Zeit wirklich zu abgedroschen.

Die Unterstützung durch eine professionelle Agentur in diesem Bereich lohnt sich zumeist. Allein schon wegen der Portooptimierung und den kreativen Ideen.

Praxisbeispiel:

Ein Unternehmen wollte seine Zielkunden auf den Messestand einladen. Es wurde ein Mailing verfasst, das an die entsprechenden Entscheider ging. Bei diesem Unternehmen waren die Entscheider bei den Zielkunden sowohl der Einkauf, als auch Forschung und Entwicklung und die Geschäftsleitung. Also wurde ein Brief formuliert, der anschließend an alle drei ging. Im PS - und Sie wissen selbst, dass das PS in einem Brief meist sehr früh gelesen wird - wiesen wir daraufhin, dass die beiden Kollegen die gleiche Einladung erhalten haben. Der psychologische Effekt war, dass die Einladung in der Regel aufbewahrt wurde, weil man sich möglicherweise bei irgendeinem Meeting noch einmal darüber unterhalten würde. Die Wahrnehmung dieser Einladung war sehr hoch und damit sehr erfolgreich.

.....

»6. Dirk Kreuter

Mit seinem direkten Vortragsstil, seiner überzeugenden Rhetorik und anschaulichen Beispielen und Metaphern versteht es Dirk Kreuter, selbst komplexe Strategien, Techniken und Zusammenhänge deutlich darzustellen und allgemein verständlich zu machen. Mit dieser Fähigkeit schafft er es, auf informative, unterhaltsame und einzigartige Weise praxiserprobte Inhalte mit motivierenden Elementen zu verknüpfen. So wird für das Auditorium ein Lernerlebnis mit dem er viele Aha-Effekte und volle Aufmerksamkeit erreicht.



Nach einer Ausbildung zum Groß- und Außenhandelskaufmann wagte er sofort den Schritt in die Selbstständigkeit als Handelsvertreter und sammelte so seine ersten Praxiserfahrungen im Vertrieb. Parallel dazu begann er ab 1991 mit produktbezogenen Verkaufstrainings.



Im Jahr 2003 positionierte Dirk Kreuter zusammen mit vier weiteren Vertriebsexperten und Spitzenverkaufstrainern die "SalesMasters" mit dem einzigartigen Konzept "5 Top-Trainer auf einer Bühne – geballtes Expertenwissen" und wurde schnell zum Meinungsführer. Dieser Erfolg führte zu einer gemeinsamen Veranstaltungsreihe mit dem Vertriebsmagazin salesBusiness in ganz Deutschland mit bis zu 700 begeisterten Teilnehmern je Veranstaltung.

Die Zusammenarbeit mit vielen Marktführern (und solchen, die es werden wollen), mittelständischen und namhaften internationalen Unternehmen aus ganz Mitteleuropa wie zum Beispiel der AEG Hausgeräte GmbH, BHW AG, Deutsche Post, Deutsche Telekom AG, Lufthansa AG, Volkswagen AG (...) haben ihm den Ruf des konsequent praxisorientierten Vertriebs- und Marketingexperten eingebracht. "Die vielen verschiedenen Branchen sorgen bei mir für eine ständige Lernkurve. Ich arbeite mich gern in neue Bereiche ein, wovon andere Kunden dann später profitieren, in dem sie neue Impulse und Best Practise Ansätze kennen lernen."

"Experte für Neukundengewinnung...", schreibt das Fachmagazin Wirtschaft & Weiterbildung. RTL bezeichnet ihn als "Spitzenverkaufstrainer". Die Marketingzeitschrift Absatzwirtschaft schreibt ihm eine "messbare Wirkung" zu, und die Vertriebsfachzeitschrift acquisa zählt ihn zu "...einem der führenden Verkaufstrainer in Deutschland". "...professionelle Verkaufsargumentation..." titelt die Lebensmittel Zeitung, und "...gebündeltes Experten-Know-how..." bestätigt salesBusiness. Das Unternehmermagazin Impulse bezeichnet ihn als "Verkaufsprofi", und das Fachmagazin Technischer Handel bestätigt den "Return on Investment" für seine Ausführungen. Das Fachmagazin Cash zählt ihn zu den 10 führenden Verkaufstrainern Deutschlands.



Er ist Expertenmitglied im Club 55, Europäische Vereinigung der Verkaufs und Marketingexperten mit Sitz in Genf, CH und im ASTD, American Society for Training and Development. "Der kollegiale Austausch mit anderen Experten schärft immer wieder meinen Blick für neue Marketing- und Vertriebsansätze."

Dirk Kreuter ist Autor, Co-Autor und Mit-Herausgeber von 10 Fachbüchern, DVD`s, E-Books, Newslettern und Hörbüchern, die bereits in mehreren Ländern erschienen sind.

Heute vermittelt er sein Marketing- und Vertriebswissen als motivierender Redner bei Mitarbeiter- oder Kundenveranstaltungen, Kick-Offs, Kongressen, Events oder Tagungen. Die Themen rund um die Gewinnung neuer Kunden im Geschäftskundenkontakt stehen dabei im Zentrum seiner Vorträge und Seminare.

Sie wünschen weitere Informationen?

Dann schreiben Sie uns - wir werden uns umgehend bei Ihnen melden. Natürlich freuen wir uns auch über Ihren Anruf.

Adresse, Impressum und Copyright 2007:

Dirk Kreuter
Alfred-Herrhausen-Strasse 44
D-58455 Witten
Ansprechpartner Carsten Drüber
+49.(0)2302.915240
Carsten.Drueber@DirkKreuter.de

Haftungshinweis:
Dirk Kreuter übernimmt keine Haftung
oder Garantie für die Inhalte externer
Links; für den Inhalt der verlinkten Seiten
sind ausschließlich deren Betreiber
verantwortlich.