

# handwerk. magazin

www.handwerk-magazin.de

Checkliste:

## **TELEFONAKQUISE** bei Gewerbekunden

Autorin: **Kerstin Meier**

---

### **IMMER AUF DER SICHEREN SEITE**



Von unserer Fachredaktion geprüft. Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

# TELEFONAKQUISE bei Gewerbekunden

Professionelle Kundengewinnung im B2B-Bereich - Hörer aufnehmen und loslegen: Wer ohne klaren Plan bei potenziellen neuen Geschäftskunden anruft, wird oft schon von der Telefonistin oder Assistenz abgewiesen. Die Checkliste zeigt, worauf es bei der Akquise per Telefon ankommt.

Wichtig: Die Kaltakquise bei Privatkunden ist per Gesetz strikt untersagt, auch im gewerblichen Bereich müssen Sie sich an enge Vorgaben halten (weitere Infos auf der Themenseite Kaltakquise von handwerk magazin).

	MASSNAHME	ERL.	NOTIZEN
1.	<b>ZIELGRUPPE BESTIMMEN.</b> Überlegen Sie genau, welchen gewerblichen Kunden Sie welche Leistung anbieten wollen. Konzentrieren Sie sich zunächst auf solche Kundengruppen, mit denen Sie bereits Erfahrung haben und die als Referenz dienen können.		
2.	<b>ADRESSEN BESCHAFFEN.</b> Suchen Sie übers Internet und/oder mit Hilfe der üblichen Branchen- und Telefonverzeichnisse die Kontaktdaten passender Gewerbekunden in ihrem Einzugsgebiet heraus. Wenn möglich, recherchieren Sie auch gleich den richtigen Ansprechpartner.		
3.	<b>RANGFOLGE FESTLEGEN.</b> Versuchen Sie, die potenziellen Kunden anhand der zugänglichen Rahmendaten zu sortieren. Setzen Sie die besonders interessanten Adressaten an den Anfang der Liste und erstellen Sie ein Ranking von „sehr interessant“ bis „eher weniger wichtig“.		
4.	<b>ARGUMENTE UND FORMULIERUNGEN ÜBERLEGEN.</b> Wie wollen Sie das Gespräch starten? Mit welchen Argumenten können Sie den Gesprächspartner davon überzeugen, dass ihm eine Zusammenarbeit mit Ihnen Vorteile bringt? Rattern Sie nicht stur Ihr Leistungsprofil herunter sondern konzentrieren Sie sich auf den Nutzen für den Gesprächspartner.		
5.	<b>ZEITPLAN AUFSTELLEN.</b> Telefonakquise ist Schwerstarbeit, das klappt nicht mal so eben zwischen Tür und Angel. Führen Sie lieber nur ein oder zwei Gespräche pro Tag, dafür aber mit voller Konzentration und Einsatz. Selbst bei nur einem Anruf täglich haben Sie am Ende 20 potenzielle neue Kunden auf dem Zettel.		
6.	<b>TESTANRUF STARTEN.</b> Beginnen Sie mit zwei oder drei Adressen aus der Kategorie „weniger wichtig“ und nutzen Sie diese zum Sammeln von Erfahrungen und zum Verfeinern Ihrer Strategie. Wagen Sie sich erst dann an die Kategorie „sehr interessant“, wenn Sie sich wirklich souverän im Gespräch fühlen.		
7.	<b>ANRUF DOKUMENTIEREN.</b> Halten Sie – am besten in einem standardisierten Gesprächsprotokoll – die Ergebnisse des Gesprächs schriftlich fest. Auch wenn Sie aktuell nicht zum Zug kommen, vielleicht gibt es ja später Bedarf für Ihre Leistungen.		

# TELEFONAKQUISE bei Gewerbekunden

---

	MASSNAHME	ERL.	NOTIZEN
8.	<b>KONTAKTE NACHBEARBEITEN.</b> Besteht aktuell kein Interesse an ihren Leistungen fragen Sie nach, ob Sie sich zu einem späteren Zeitpunkt noch einmal melden dürfen? Notieren Sie penibel die Aussagen der potenziellen Kunden. Wer ausdrücklich keinen Kontakt mehr wünscht, den sollten Sie auch langfristig aus der Kontaktliste entfernen.		
9.	<b>TERMINE BESTÄTIGEN UND EINHALTEN.</b> Sie haben den gewünschten Gesprächstermin bekommen? Prima, dann bestätigen Sie die Vereinbarung gleich schriftlich. Und informieren Sie den potenziellen Neukunden unbedingt rechtzeitig über etwaige Verschiebungen, die es jedoch nur in Ausnahmefällen geben sollte..		