

Die Erkenntnis ist ebenso einfach wie wahr: Wir Unternehmer leben vom Geld unserer Kunden. Wir brauchen Aufträge. Für neue Aufträge brauchen wir auch laufend neue Kunden. An die heranzukommen ist aber leider keineswegs so einfach. Doch wo liegt das Problem? Im Kern sind es drei Gründe, warum Existenzgründer, Freiberufler und Kleinunternehmer immer wieder daran scheitern, im Alltag neue Kunden und Aufträge zu gewinnen:

Zum einen ist es vielen Menschen unangenehm, sich selbst und die eigenen Leistungen verkaufen und anpreisen zu müssen. Sie kommen sich dabei vor wie ein lästiger Bittsteller. Entsprechend zögerlich und ungeschickt fallen die Akquise-Versuche aus. Nach den ersten Rückschlägen sind viele Unternehmer entmutigt und versuchen es gar nicht weiter.

Dazu kommt, dass viele Selbständige sich und ihren Kunden nicht hinreichend verdeutlichen, wofür sie eigentlich stehen. Natürlich müssen wir alle hin und wieder einen Auftrag annehmen, der uns nicht wirklich liegt – einfach weil wir ihn brauchen, um unsere Rechnungen bezahlen zu können. Das aber sollte die Ausnahme sein und bleiben. Je eindeutiger Sie herausarbeiten, wer Sie sind, für wen Sie mit Ihrer Leistung nützlich sind und was Sie besser können als andere, desto einleuchtender wird es für Ihre Kunden sein, genau Ihnen den Auftrag zu geben.

Grund drei ist eher technischer Natur: Oft mangelt es am Know-how bezüglich der Akquise-Möglichkeiten und -Techniken. Viele Selbständige wissen einfach nicht recht, wie sie sich an wen wenden sollen und welche Stolpersteine auf welchem Akquise-Weg liegen. Und es ist mühsam, das alles auf sich gestellt mittels Versuch und Irrtum zu lernen.

Ziel dieses Buches ist es, die drei typischen Akquise-Hemmnisse zu beleuchten, zu beseitigen und den Weg zur erfolgreichen Neukundenakquisition freizuräumen. Sie als Existenzgründer, Freiberufler oder Kleinunternehmer müssen ja nicht alle Erfahrungen selbst machen, sondern können aus den Fehlern und Erfolgen anderer lernen. Denn schon viele vor Ihnen haben die Akquise-Barrieren in ihren Köpfen überwunden, sich klar positioniert und ausprobiert, welche Wege zum Kunden führen – und welche in die Irre.

Ich verspreche Ihnen keine Erfolgsformeln, kein Geheimwissen, keine Kniffe, mit denen Sie jeden Kunden herumkriegen und Ihre Umsätze in kürzester Zeit vervielfachen. Aber ich liefere Ihnen brauchbares Handwerkszeug: Checklisten stellen sicher, dass Sie sich gut vorbereiten, Mustergespräche und -formulierungen bieten Orientierungshilfe, Erfahrungsberichte aus der Praxis dienen als Inspiration. Außerdem werden Sie nicht nur lesen, sondern auch selbst schreiben müssen. An manchen Stellen in diesem Buch warten „Hausaufgaben“ auf Sie, die Sie erledigen sollten, bevor Sie mit der Akquise loslegen.

Für die hier vorliegende zweite Auflage dieses Buches habe ich viele Praxisbeispiele ausgetauscht, manches an technischem Wissen aktualisiert und vor allem die Akquisewege im Internet genauer beleuchtet. Auch für mich war es spannend zu sehen, was sich in nur drei Jahren getan hat – und es tun sich immer neue Wege zu Ihren Kunden auf.

Nutzen Sie dieses Buch als Arbeitsgrundlage. Sie werden sehen: Der Aufwand lohnt sich. Zukünftig werden Sie selbstbewusst und professionell neue Kunden akquirieren. Ich bin sicher, dass es Ihnen sogar Spaß machen wird!

*Barbara Kettl-Römer*