

**Was will ich selber?  
Was will der Andere?  
Was wollen wir gemeinsam?**

## Akquise und Verkauf: Kostentreiber oder Erfolgsfaktor

**Planung & Zielsetzung.** Reichen unsere Bestands- und Neukunden aus, um die eigenen Ertragsziele zu erreichen? Mit welchen Angeboten könnten wir schnell genügend neue Kunden/ Projekte akquirieren, um mögliche Umsatzausfälle auszugleichen? Wieviel und welche unserer Kunden sind rentabel, welche belasten uns? Wie wollen wir damit umgehen?

**Positionierung & Wahrnehmung.** Wie werden wir im Markt wahrgenommen? Würde der Markt spüren, wenn unser Angebot plötzlich nicht mehr verfügbar wäre? Wie schnell könnte diese Lücke von anderen Anbietern geschlossen werden?

**Akquise.** Wie gut gelingt es uns, kurzfristig direkten Zugang zu den Entscheidern möglicher Neukunden zu bekommen? Wie verlässlich kennen wir deren Bedarf an unseren Leistungen? Wie systematisch und konsequent akquiriert unser Vertrieb?

**Kunde & Nutzen.** Wie gut kennen wir unsere potentiellen Kunden? Wie gut kennen wir ihre Struktur, die Entscheider, ihre Ziele, ihren Einkaufs- und Entscheidungsprozess? Wissen wir, welchen Nutzen sie aus der Zusammenarbeit mit uns erwarten? Oder vermuten wird das?

**Qualifizierung.** Wie sicher erkennen wir, dass ein potentieller Kunde tatsächlich kaufen wird? Wieviel Anfragen und Angebote „versenden“? Wie sicher erkennen wir den Handlungs- und Investitionsbedarf und den Handlungswillen eines Kunden? Wie oft verträsten uns potentielle Kunden, um dann beim Wettbewerb - oft aber auch – um gar nicht zu kaufen?

**Verhandlung & Abschluß.** Wie gut beeinflussen wir den Einkaufs- & Entscheidungsprozess des Kunden? Wie sicher setzen wir unsere Preise, Termine und anderen Konditionen durch? Wie oft müssen wir Zugeständnisse machen? Wie viele Abschlüsse verlieren wir im Verlauf des Verkaufsprozesses, wie viele im letzten Moment? Können und wollen wir das ändern?

