



"Schwierige Zeiten sind gute Zeiten für gute Leute" Neukundengewinnung in Zeiten der Rezession

Sich wandelnde Märkte, steigender Wettbewerb aus dem europäischen Ausland, wirtschaftliche Flaute in der gesamten Republik und kein wirklicher Aufschwung in Sicht nicht gerade rosige Zeiten für einen erfolgreichen Ausbau des Neukundengeschäftes. Doch gerade dieser Ausbau wäre derzeit von Nöten und würde die Existenz vieler Unternehmen sichern. Und siehe da: Auch in schwierigen Zeiten gibt es immer wieder Unternehmen, die erfolgreich neue Kunden für sich gewinnen und gute Partnerschaften auf- und ausbauen können. Es gilt also ein wenig über den Tellerrand zu blicken, den Mut zu haben neue Wege zu beschreiten und die ausgetretenen Marketing- und Vertriebspfade zu verlassen.

Für ein professionelles Neukundengeschäft ist das Wissen um den potentiellen Neukunden und die persönliche Kontaktaufnahme das A und O in der Kommunikation, denn Menschen sprechen nun mal am liebsten mit Menschen. Massenmailings bringen schon lange nicht mehr den gewünschten Response, sondern landen viel zu oft im Papierkorb und werden bereits im Sekretariat aussortiert. Ihre Außendienstmannschaften sind oftmals leider zu teuer für die Erstansprache potentieller Kunden und eine klassische Kaltakquisition ist lange nicht mehr zeitgemäß.

Das Medium Telefon und ein professionell geschultes und trainiertes Team an Telefonmitarbeitern scheint da das probate Mittel zur richtigen Zeit zu sein.

Das Thema "CallCenter" gewinnt wohl nicht zuletzt aus diesem Grund in diesen Zeiten erneut an Bedeutung: Kein anderes Medium ist in der Ansprache von potentiellen Kunden direkter und persönlicher. Kein anderes Medium kann in kurzer Zeit so effektiv und nahezu unabhängig von Zeit und Raum eine Vielzahl an qualifizierten Neukundenkontakten schaffen. Und kein anderes Medium kann so intensiv und dennoch völlig unbemerkt vom Wettbewerb agieren.

Gute Voraussetzungen, um auch in schwierigen wirtschaftlichen Zeiten erfolgreich akquirieren zu können. Wäre da nicht der oftmals schlechte Ruf der CallCenter: Unqualifizierte Mitarbeiter in kleinen Räumen, die ohne irgendein Sach- und Fachwissen Produkte verkaufen und den Angerufenen dabei nur auf die Nerven gehen.....?

Aber weit gefehlt: Moderne CallCenter-Anbieter oder besser Customer-Care-Center sind heute weitaus mehr, als ein Team von telefonischen Hard-Sellern, die schnell, zügig und ohne jede Sach- und Fachkompetenz "Restposten" verkaufen. Moderne Dienstleister von heute sind echte Kommunikationsdreh scheiben in den Themen Kundenfindung und Kundenbindung. Von der Selektion potentieller Kundendaten,

@FRIENDS
GmbH & Co. KG
Marktstrasse 7_7a
33602 Bielefeld
Telefon 05 21_96 97_0
Fax 05 21_96 97 100
info@friends-bielefeld.de
www.friends-bielefeld.de



@FRIENDS
GmbH & Co. KG
Theodor-Heuss-Str. 5a
38122 Braunschweig
Telefon 05 31_88 66_0
Fax 05 31_88 66 100
info@friends-braunschweig.de
www.friends-braunschweig.de

über die Qualifizierung dieser Daten und der Anreicherung mit einer Vielzahl von Marketing- und Vertriebsinformationen, bis hin zur Klassifikation von Kundendaten nach Kaufpotential und der bedarfsgerechten Terminvereinbarung für den Außendienst: Moderne CallCenter sind zum zentralen Vertriebsknoten für erfolgreich akquirierende Unternehmen geworden.

Heute finden sich in diesen Organisationen hochqualifizierte Berater am Telefon, die echte Telefonprofis sind und auch beratungsintensive Gespräche führen können. Vom ehemaligen "Hard-Seller" sind diese Agenten heute vielmehr zu "Heart-Seller" geworden, die mit viel Fingerspitzengefühl und Know-how agieren.

Die Qualität eines CallCenters zeigt sich dabei in aller erster Linie in der Beratungskompetenz. Gute und erfahrene Dienstleister nehmen sich Zeit für ein intensives Briefing und erarbeiten Telemarketing-Konzeptionen, die sich konkret an den Bedürfnissen der Auftraggeber orientieren. Ein weiteres Qualitätskriterium ist sicher die intensive Ausbildung und dauerhafte Begleitung des Telemarketing-Personals. Professionelle Dienstleistungs-CallCenter setzen dabei auf intensives Training und persönliches Coaching und verfügen i.d.R. auch über eigene Trainingskompetenz.

Über das Medium Telefon sind auch in schwierigen Zeiten neue Kunden erfolgreich zu finden. Erfolgsquoten zwischen 5 und 20% sind dabei keine Seltenheit. Und ganz getreu dem Motto: Steter Tropfen höhlt den Stein, sollte auch ein erfolgreiches Telemarketing langfristig angelegt sein und zu einem festen Bestandteil im Marketing-Mix werden.

Marc Gobbetto / @FRIENDS GmbH & Co. KG

Persönlich haftende
Gesellschafterin:
@FRIENDS
BETEILIGUNGS GMBH
Amtsgericht Bielefeld
HRA 36540
@FRIENDS
GMBH & CO. KG
Amtsgericht Bielefeld
HRA 13957
Geschäftsführer:
Marc Gobbetto,
Heike Ehlers,
Erika Haack,
Wolfram Dura