

Neukunden-Akquisition mit Plan und Strategie!

In jedem Unternehmen sind Bestandskunden die sicherste und verlässlichste Quelle gegenwärtiger und zukünftiger Umsatzerlöse. Ist das so? Natürlich, wenn sich die Zahl der Kunden nicht verringert und die erzielten Umsätze stetig steigen. Doch was tun, wenn sich unsere Kundenzahl minimiert, aus welchem Grund auch immer? Hektisch und aufgelöst neue suchen? Warum nicht stets auf der Suche nach neuen Kunden sein. Mit einigen Maßnahmen, die gut strukturiert sind, werden Sie nie in die Situation kommen, zu wenig Kunden bzw. zu wenig Umsatz zu haben. Ich möchte Ihnen heute einige davon vorstellen.

Wecken Sie Bedarf!

Die Dichte des Wettbewerbs, egal was für ein Unternehmen Sie betreiben, nimmt stetig zu. Der nächste Mitwettbewerber liegt oft nur wenige hundert Meter von unserem Standort entfernt. Das ändern wir nicht, doch was wir ändern können, ist unsere Positionierung im Markt. Denken Sie einmal darüber nach, wie wichtig es für Sie ist, eine ganz eigene Unternehmensidentität und ein eigenes Unternehmenskonzept zu haben bzw. zu entwickeln. Jeder Kunde oder Interessent braucht eine Orientierung für seine Entscheidung, ein Unternehmen auszuwählen – ja warum denn Ihres? Genau hier und jetzt muss sich Ihr Betrieb mit seiner ganzen Kompetenz, Freundlichkeit, Höflichkeit, Flexibilität, ... positionieren. Stellen Sie sich in Ihrer Einzigartigkeit richtig dar oder auf deutsch „Image transportation!“

Ausbau und Sicherung Ihrer wirtschaftlichen Position!

Neben der Fachkompetenz, den ansprechenden Produktionsräumen und den perfekten Arbeitsabläufen nehmen immer mehr die wichtigen Aufgaben eines erfolgreichen Marketings die Unternehmerinnen und Unternehmer in Anspruch. Diese Aufgaben bestimmen den Erfolg und die wirtschaftliche Entwicklung eines Unternehmens sehr wesentlich. Das Marketing stellt Ihr Angebot, Ihr Image und Sie als Marke nach außen dar. Die altbekannten und oft gebrauchten Methoden genügen heute nicht mehr, da Kunden und Konsumenten heute wesentlich kritischer und differenzierter denken und handeln als noch vor einigen Jahren. Jede Entscheidungshilfe, die Sie Ihren Kunden an die Hand geben, lässt sie am Ende frohlocken. Heute, ja jetzt, ist die richtige Zeit, um mit einem neuen Marketinginstrument erfolgreich tätig zu werden. Denken Sie stets daran, nur der begeisterte Kunde wird Sie weiter empfehlen und das ist Marketing zum Null-Tarif. Empfehlungsmarketing ist Ihr bestes Zugpferd, um an neue Kundenkontakte zu gelangen.

Alleinstellungsmerkmale bilden!

Die Bedeutung eines Alleinstellungsmerkmals wird immer noch unterschätzt. Warum ist das so? Schauen wir uns erst einmal die Definition an. Als Alleinstellungsmerkmal wird im Marketing ein herausragendes Leistungsmerkmal bezeichnet, mit dem sich das Angebot **deutlich** vom Wettbewerb abhebt und verteidigungstauglich ist. Darüber hinaus muss es zielgruppenorientiert und wirtschaftlich sein, d.h. die Preiskalkulation, der gewählte Zeitrahmen und ein exzellenter Qualitätsstand müssen erreicht werden. Die Einzigartigkeit des Angebotes eines Produktes oder einer Dienstleistung kann mit einem Vorteil für den Kunden im Preis, in der Form, in besonderen Eigenschaften, in Serviceleistungen, in untypischen Designs oder in speziellen Präsentationen begründet sein. Was immer Sie davon wählen und als absoluten Kundennutzen ansehen, Sie müssen es **kommunizieren**. Strategisch beachten Sie bitte folgendes: Zu Beginn, d.h. in der Einführungs- und Wachstumsphase funktioniert das Konzept perfekt, doch in der Reife- und Sättigungsphase des Produktlebenszyklus flacht die Wirkung des Konzeptes mit dem Alleinstellungsmerkmal ab. Jetzt ist Ihre Flexibilität gefragt. *Vergessen Sie niemals, es ist nicht die Frage, ob etwas nachgemacht wird, sondern nur, wann es kopiert wird!*

**Kommen Sie auf uns zu, wir können viel für Sie tun -
wir freuen uns Sie kennen zu lernen.**