

Wo drückt der Schuh?

Wer gut berät, hat noch lange nichts verkauft. hitec HANDEL hat zwei ausgewiesene Experten gefragt, worauf es bei einem guten Verkaufsgespräch wirklich ankommt. Hier zuerst die Antworten von Conny Kozub, Fachfrau für PR und Marketing.



FOTO: KOZUB VERTRIEBS- & MARKETING-BERATUNG

Im Interview: Conny Kozub, Dipl.-Ing. (FH), Fachfrau für PR & Marketing, ist Inhaberin der Kozub Vertriebs- & Marketing-Beratung

Wie wird man Vertriebs- und Marketingberaterin?

Der klassische Weg geht sicherlich über ein BWL-Studium, mit dem Schwerpunkt Marketing. Ich habe zuerst ein technisches Studium abgeschlossen und später eine Marketing- und PR-Ausbildung absolviert. Nach einigen Jahren im Marketing für einen Investitionsgüterhersteller machte ich mich selbständig. Ich denke, dass es für einen Berater von Vorteil ist, wenn er Praxiserfahrung mitbringt. In meinem Fall sind es die Kenntnisse der unterschiedlichen Marketinginstrumente, die ich selber konzipiert und umgesetzt habe, und die Vertriebserfahrungen.

Welche Leistungen bieten Sie Ihren Kunden an?

Die Leistungen gliedern sich in vier Bereiche: Positionierung, Kundengewinnung, Vertriebscoaching und Seminare rund um das Thema Kundengewinnung.

Im Bereich „Positionierung“ ermitteln wir gemeinsam mit dem Kunden Alleinstellungsmerkmale, finden gewinnbringende Kernzielgruppen und entwickeln erfolgversprechende Strategien. Ziel ist es, einen Nachfragesog bei potenziellen Kunden zu erzielen.

Anschließend geht es an die Kundengewinnung. Abgestimmt auf die einzelnen Phasen der Neukundengewinnung, entwickeln wir - je nach Budget und

Ressourcen - passende Kommunikationsmaßnahmen für den jeweiligen Zielmarkt. Vor Beginn einer Aktion testen wir dazu mögliche Zielgruppen, bauen eine Interessenten-Datenbank auf, integrieren die gewonnenen Informationen und werten diese aus. Damit wissen Kunden, ob sich der angepeilte Zielmarkt rentiert, das Angebot für Interessenten einen Mehrwert bietet oder noch einmal überarbeitet werden sollte.

Im Bereich „Vertriebscoaching“ ist es mein Ziel, meinen Kunden die Freude an der Akquisition zu vermitteln. Verkaufen muss Spaß machen, dann ist man auch erfolgreich! Ich begleite Kunden von der Erstsprache bis zur Umsatzgenerierung. Dazu erarbeite ich mit Kunden wichtige Nutzenargumente, bereite Verkaufsgespräche vor und mache sie fit für den Abschluss von Vertriebsprojekten.

Meine Seminar- und Workshopthemen drehen sich alle um das Thema Neukundengewinnung: strategische Neukundengewinnung, Akquisitionsinstrumente wie zum Beispiel Mailings oder Folder erfolgreich gestalten, Pressearbeit im Vertrieb und telefonische Neukundengewinnung.

Was sind die wichtigsten Erfolgsfaktoren für einen erfolgreichen Abschluss/Verkauf?

Dazu zählt für mich zuerst die eigene Begeisterung dazu. Diese überträgt sich auf Kunden. Doch begeistert ist ein Kunde nur, wenn wir wissen, was er braucht. Hier gilt es, die richtigen Fragen zu stellen. So lernt man immer wieder neue Herausforderungen von Interessenten kennen und betreibt nebenbei noch Marktforschung. Nur so sind die Angebote maßgeschneidert und heben sich von Mitbewerbern ab.

Was sind die häufigsten Marketingfehler, die Ihnen in der Praxis begegnen?

Oft wissen Anbieter nicht, wo Interessenten „der Schuh drückt“ und sprechen diese mit allgemeinen Verkaufsargumenten an statt mit Nutzenargumenten. Oder sie sprechen nicht die Sprache der Kunden, frei nach dem Motto: „Unser Angebot ist so komplex, das kann man nicht in wenigen Sätzen vermitteln.“ Ein weiterer Fehler ist, dass Neukundengewinnung nicht kontinuierlich betrieben wird, manchmal sogar erst, wenn das Umsatzloch schon klar zu erkennen ist.

Ergänzen Sie bitte folgenden Satz: Gutes Marketing muss ...

... den Nerv des Kunden treffen.

Frau Kozub, vielen Dank für das Gespräch. ■

→ www.kozub-beratung.de

