



# ERFOLGREICHE AKQUISE IST KEIN ZUFALL

*Akquise – notwendiges Übel oder abwechslungsreiche, spannende Aufgabe, die Spass macht? Unabhängig davon, wie die Antwort ausfällt, ist klar, dass die Akquisition die Existenzgrundlage eines Unternehmens darstellt, denn ohne Akquise keine Aufträge, somit keine Arbeit und auch keinen Erfolg.* TEXT MARCO FILLI GRAFIK ECOHOLZ GMBH

Trotz ihrer existenziellen Notwendigkeit wird die Akquise oft vernachlässigt und dem Zufall überlassen. Dies führt zu Überlastung, Unmut und Demotivation – das muss nicht sein. Eine erfolgreiche Akquisition ist planbar, abhängig von der Strategie, dem Prozess und den beteiligten Menschen. Nachfolgend werden drei Themen genauer beleuchtet.

## Wer akquiriert im Unternehmen?

Akquise machen alle Mitarbeitenden, denn sie repräsentieren mit jeder Tätigkeit das Unternehmen und werben damit für die nächsten Aufträge. In besonderem Mass sind es die Verkaufsspezialisten, welche die Verantwortung dafür tragen, dass ausreichend gute Aufträge vorhanden sind. Diese Aufgabe muss nicht zwingend Chefsache sein, sondern kann ebenso gut von Mitarbeitenden ausgeführt

werden, die Spass daran haben und sich dabei wohl fühlen. Erfolgsbringende Charaktereigenschaften solcher Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind:

- **Kommunikationsstärke:** Gute Verkäufer/innen können klar und überzeugend kommunizieren. Dies hilft, Produkte und Dienstleistungen wirkungsvoll zu präsentieren und auf Kundenbedürfnisse einzugehen.
- **Empathie:** Die Fähigkeit, sich in die Lage des Kunden zu versetzen und dessen Bedürfnisse zu verstehen, ist entscheidend. Empathie fördert Vertrauen und langfristige Kundenbeziehungen.
- **Fachkompetenz:** Ein umfassendes Verständnis der Produkte und Dienstleistungen, die verkauft werden, ermöglicht es den Verkäufer/innen, kompetent auf Fragen zu antworten und Herausforderungen zu meistern.
- **Ausstrahlung und Authentizität:** Eine

positive und authentische Ausstrahlung kann das Vertrauen der Kunden gewinnen und Verkaufschancen erhöhen.

- **Anpassungsfähigkeit:** Erfolgreiche Verkäufer/innen können sich schnell an verschiedene Situationen und Kundenbedürfnisse anpassen.
- **Motivation und Engagement:** Ein hohes Mass an Eigenmotivation und Engagement ist notwendig, um kontinuierlich gute Ergebnisse zu erzielen und sich ständig weiterzuentwickeln.
- **Zahlenaffinität:** Ein gutes Zahlenverständnis hilft, profitable Angebote zu erstellen, welche sowohl für das Unternehmen als auch für den Kunden vorteilhaft sind.
- **Verhandlungsgeschick:** Die Fähigkeit, erfolgreich zu verhandeln und dabei Win-win-Situationen zu schaffen, ist die Basis für nachhaltige Kundenbeziehungen.

## Was sind die Grundlagen der Akquisestrategie?

Die Akquisestrategie muss zwingend von der Unternehmensstrategie und dem daraus resultierenden Leistungsangebot abgeleitet werden. Anhand des Leistungsangebots werden die relevanten Kundensegmente mit den entsprechenden Bedürfnissen definiert. Dabei ist es entscheidend, dass nicht nur die «pains» (Schmerzen) der Kunden reduziert werden, sondern mit den Leistungen für diese auch «gains» (Gewinne) aus Win-win-Situationen entstehen. Je präziser das Leistungsangebot die «pains» und «gains» der Kunden abdeckt, desto höher ist die Trefferquote. Umgekehrt: Je schneller man erkennt, dass das eigene Angebot nicht mit dem Kundenbedürfnis übereinstimmt, desto weniger unnötiger Akquiseaufwand wird generiert. Gezielt nein zu sagen, ist die effizienteste Variante, die Erfolgsquote «Auftrag pro Offerte» positiv zu beeinflussen. Aber aufgepasst: Nein sagen ist viel schwieriger als ja sagen. Und richtig nein sagen ist noch viel schwieriger, jedoch nachhaltiger für den Kunden und das Unternehmen. Das Neinsagen zum Kunden erfordert eine feinfühligere Kommunikation, welche erlernt und trainiert werden kann.

Aus der Akquisestrategie werden Ziele definiert, diese sind auf den Businessplan abgestimmt und sollen unbedingt realistisch und erreichbar sein. Mit dem Controlling wird die Zielerreichung periodisch überprüft und allenfalls werden nötige Massnahmen eingeleitet. Es lohnt sich, Geduld zu haben und die Akquisestrategie nicht laufend anzupassen.

## Wie sieht ein Akquiseprozess aus?

Der Prozess ist ein systematischer Ablauf von klar definierten Schritten. Er beschreibt die Leitplanken für die Mitarbeitenden und gibt Sicherheit für die Steuerung. Es besteht auch die Möglichkeit, anhand der Phasen Kennwerte zu ermitteln und das Controlling zu verfeinern, damit gezieltere Massnahmen daraus abgeleitet werden können. Dabei ist wichtig, dass der Prozess auf den Markt, das Unternehmen, die Kundenbedürfnisse und die Akquisemitarbeitenden abgestimmt

ist. Nur so ist er ein erfolgsbringendes Hilfsmittel. Ein möglicher Akquiseprozess kann wie folgt gegliedert sein:

- *Anfrage mit Bedürfnisanalyse:* Sämtliche Anfragen werden systematisch erfasst, geprüft und beantwortet – dies ist ein Kundenversprechen. Es lohnt sich, bei jeder relevanten Anfrage mit dem Kunden zu sprechen und seine Bedürfnisse präzise zu eruieren. Nur mit den massgebenden Informationen besteht die Grundlage für einen fundierten Entscheid.
- *Inputfilter:* Wie der Name schon verrät, werden hier die Anfragen gefiltert. Die Triage erfolgt anhand der Übereinstimmung von Kundenbedürfnis und Leistungsangebot. Es lohnt sich immer, den Inputfilter zu schärfen, denn ein zu offener Filter gibt mehr Arbeit, bringt jedoch nicht mehr Erfolg. Der Entscheid im Inputfilter, ob ein Projekt gerechnet wird oder nicht, ist Chefsache – oder noch besser Teamsache –, denn so sind der Durchfluss und die Arbeitslast unter Kontrolle und die Motivation bleibt hoch.
- *Technische Abklärungen und Vorleistungen:* Oft liegt der Unterschied in raffinierten Unternehmerlösungen. Deshalb ist es wichtig, das Projekt im Detail zu kennen und die relevanten Schrauben bedienen zu können.
- *Kalkulation und Angebot:* Je besser die Kundenbedürfnisse erkannt werden, desto spezifischer kann das Angebot gestaltet werden. Ein kundenorientiertes Angebot schafft Vertrauen und führt zu fairen Verhandlungen.
- *Verhandlungen und Auftrag:* In den Verhandlungen führen geschickte Kommunikation, Geduld und Wertschätzung zum Erfolg. Im richtigen Moment zu schweigen, eine klare Rollenverteilung und die Devise «nicht um jeden Preis» sind nur drei Punkte der Verhandlungstechnik. Die Auseinandersetzung mit den diversen Verhandlungstechniken lohnt sich. Das Ziel jeder Verhandlung sollte eine Win-win-Situation sein, nur so gehen beide Parteien mit einem guten Gefühl aus dem Gespräch und freuen sich auf die Zusammenarbeit.

Der Holzbau und die Holzbranche in der

Schweiz haben sich in den letzten Jahren stark weiterentwickelt. Die Nachfrage, besonders auch im mehrgeschossigen Holzbau, steigt. Das Know-how und die Kompetenzen im Holzbau sind gefragt, denn sowohl Architekten wie auch Bauherrschaften profitieren davon. Dieses Fachwissen ist kostbar und verdient einen Gegenwert. Der Verkauf darf sich nicht nur auf das Ausfüllen von Ausschreibungen reduzieren, sondern kann mit einer projektspezifischen Akquise eine neue Dimension erlangen. Akquise ist höchst abwechslungsreich, spannend und macht wirklich Spass! ■



## ZUM AUTOR

«Eine erfolgreiche Akquise hat nichts mit Zufall zu tun, sondern ist das Resultat der Gleichung zwischen einem gezielten Vorgehen und den beteiligten Menschen», sagt Marco Filli von der Ecoholz GmbH. Er kommt aus der Praxis, hat fast 20 Jahre selbst akquiriert, ein Akquiseteam aufgebaut und geführt. Heute coacht und begleitet Marco Filli Unternehmen jeder Grösse. Die oft an ihn gestellten Fragen sind: Wie bilde ich Akquisemitarbeitende aus? Wie justiere ich die Strategie? Wie können wir den Prozess effizienter gestalten? Mit seinem Wissen zu Verhandlungstechnik und Vertragswissen bringt er mit den Unternehmen die Quote von Auftrag pro Offerte nach oben.

**ecoholz.ch**