



## **PCP-Newsletter 01/2022**

### **Den Vermittlerbetrieb erfolgreich entwickeln**

Jetzt ist gerade wieder die übliche Jahreszeit, wo viele mit gut gemeinten Vorsätzen Dinge anpacken wollen, die sie schon seit längerer Zeit immer wieder vor sich herschieben. Und dann kommt oftmals die Frage auf, welche Tipps und Tricks man denn von anderen Vermittlerbetrieben – den sogenannten Erfolgreichen – übernehmen kann. Meine ernüchternde Antwort lautet dann, am besten nichts. Warum?

Weil das Rad schon lange erfunden ist. Es geht in erster Linie nicht um Tipps und Tricks anderer, sondern wie ich mein eigenes Unternehmen in Schwung bringen will. Und dazu gibt es klare Prozesse und Strukturen aus dem betriebswirtschaftlichen Instrumentenkoffer, den ich nur systematisch und zielorientiert einsetzen muss.

### **Erfolgreicher Kundenausbau gelingt leichter mit systematischen Prozessen**

Am Anfang, wenn man seinen Vermittlerbetrieb auf ein höheres Level bringen will, steht immer die Analyse der Ausgangslage. Denn, wie will ich wissen, was zu tun ist, wenn ich nicht weiß, wo ich mit meinem Unternehmen genau stehe. Sind meine Abläufe zielführend und darauf abgestellt, meinen Kunden einen hohen Nutzen zu garantieren? Sind alle Arbeiten so konkret und einfach geregelt, dass sie kostengünstig erledigt werden können? Im Normalfall soll sogar der „Basiskunde“ zum Gewinn des Unternehmens beitragen.

Kennen und erleben meine Zielkunden mein einzigartiges Leistungsversprechen? Und dies bereits zum wiederholten Mal und im definierten Umfang? Wenn nein, ist es höchste Zeit, jetzt gleich mit der Umsetzung zu beginnen.

### **Beherrscht der Außendienst Bedarfsweckung und Neukundengewinnung professionell?**

Sind alle im Vertrieb Tätigen in der Lage, bei den Kunden Bedürfnisse zu wecken, die diese bislang noch gar nicht kennen? Um dann erst darüber den Kundenbedarf wecken. Bedarf und Bedürfnisse, zwei Seiten einer Medaille. Was aber, wenn der Verkäufer die eine Seite gar nicht kennt oder nicht professionell beherrscht?



Gewinnen Sie neue Kunden „fast“ automatisch, wie in einem Sog? Haben Sie die Anbindungsquote ihrer Zielkunden in den letzten zwei bis drei Jahren um weitere ein bis zwei Verträge steigern können? Nein? Dann ist es höchste Zeit, den eigenen Betrieb auf eine neue Arbeitsplattform zu stellen. Und da helfen weder Tipps noch Tricks, sondern nur eine solide handwerkliche Vorgehensweise.

### **Termine wie selbstverständlich generieren**

Termine sind in einem Vermittlerbetrieb wie das Öl in einem Motor. Eine hohe Kontaktfrequenz zahlt auf das Thema Kundenzufriedenheit ein und ist die Basis für weitere Abschlüsse und Empfehlungen. Termine müssen aus dem Tagesgeschäft generiert werden. Und dies in hoher Stückzahl und nicht als Ausnahme. Was es braucht, ist eine stringente Vorgehensweise und eine geschickte Arbeitsteilung zwischen Innen- und Außendienst. Nur machen muss es jeder.

In loser Reihenfolge werden wir zu diesen Themen in unserem Newsletter konkrete Beispiele aus der Praxis aufzeigen. Wer nicht warten möchte, sollte uns einfach gleich anrufen. Noch, aber nur für wenige Monate, werden diese Themen alle mit bis zu 80% Förderung vom Bund unterstützt. Sichern Sie sich Ihren Anteil gleich.

Hartmut Pfaffinger  
Akkreditierter BVK-Unternehmerberater  
Experte für die Entwicklung von Vermittlerbetrieben  
01520 9850 437