

Ablauf der Akquisition

– 1.Schritt: Angebot konzentrieren

Wir setzen uns im Vorfeld der Akquisition intensiv mit dem Angebot auseinander, um ein notwendiges Verständnis von Produkt und Marktumfeld gewinnen zu können. Damit versuchen wir auch sehr komplexe Angebote in ein für uns begreifbares Konzentrat zu überführen, so dass dieses in einer telefonischen Erstsprache Verwendung finden kann. Dieser Prozess kann durch Schulungen beim Kunden und vor allem durch Demonstrationen der Produkte in der praktischen Anwendung weiter verstärkt werden. Durch eine intensive Projektvorbereitung wird sich telldis eine ausreichende Mindestfachkompetenz aneignen, um zum Angebot auf Augenhöhe diskutieren zu können.

– 2.Schritt: individuelle Adressrecherche

Es werden keine Standardadresslisten abtelefoniert. Zu jedem Kundenprojekt werden geeignete Adressen individuell recherchiert, so dass diese schon per se potenzielle Kunden darstellen. Wir starten in der Regel erst einmal mit maximal 100 Adressen in gemeinsam vordefinierten Zielgruppensegmenten. Sollten sich im Lauf der Akquisition andere Schwerpunktsetzungen als optimaler erweisen, wird die Auswahl der Folgeadressen entsprechend angepasst. Die Adressen werden durch telldis zur Verfügung gestellt und müssen nur auf Bestandskunden geprüft werden.

– 3.Schritt: Probephase und frühzeitige Entwicklung einer partnerschaftlichen Zusammenarbeit

Wir führen zu jedem Kundenprojekt eine Probephase über 4 Monate durch. Dabei besteht aber keine vertragsrechtliche Verpflichtung für die gesamte Laufzeit und Sie müssen sich auch nicht vorab auf das gesamte Budget festlegen. Uns genügt Ihre Bereitschaft, weiter in unsere Dienstleistung zu investieren, sollten wir mit Ihnen gemeinsam einen Erfolg versprechenden Weg einschlagen.

Wir rechnen ausschließlich leistungsabhängig in zwei Stufen ab (Eignungs- und Potenzialanalyse sowie konkrete Leads mit Umsatzpotenzial) und bieten Ihnen dabei die Möglichkeit einer schrittweisen Buchung. Es besteht die Möglichkeit die Zusammenarbeit jederzeit mit einer Vorlaufzeit von 14 Tagen zu kündigen.

Vor allem in den ersten Wochen der Probephase wird die Akquisition selbstkritisch begleitet und laufend unter enger Einbeziehung unserer Kunden optimiert. So lassen sich Fehlentwicklungen frühzeitig erkennen und korrigieren.

Genauso kann die Zusammenarbeit rechtzeitig genug eingestellt werden, sollte sich die Erkenntnis ergeben, das sich das Produkt über eine telefonische Neukundenakquisition nicht vermarkten lässt. Genauso werden wir bei Fehlentwicklungen kein Geld "verbrennen", sondern setzen die Akquisition notfalls aus, bis Unstimmigkeiten gelöst werden konnten.

Die grundlegende Zielsetzung besteht in der zeitnahen Übergabe hochwertiger Leads mit Umsatzpotenzial.

– **4.Schritt: Grundsätzlicher Ablauf der Neukundenansprache**

Es wird ein konzentrierter Gesprächsleitfaden erstellt, der laufend optimiert wird. Wir qualifizieren unsere Zielansprechpartner unterschiedlicher Entscheidungsebenen und stellen das Angebot im Namen unserer Kunden vor. Zur Unterstützung der Argumentation werden begleitend Unterlagen per Email mit einer Kurzdarstellung zum Unternehmen und zum Angebot zugesandt. Dazu sollte für uns eine Email-Adresse eingerichtet werden.

Die Abrechnung unser Dienstleistungen erfolgt leistungsabhängig auf Basis der Leadstufen

- Eignungs- und Potenzialanalyse (EPA) sowie
- Stattgefundener Präsentationstermin / übergebene Angebotsanfrage.

Die jeweiligen EPA stellen abschließend bewertete Gespräche mit einem oder mehreren Entscheidungsträgern dar. Um das Portfolio unserer Kunden mit einer möglichst hohen Zielwirkung platzieren zu können, werden dazu im Vorfeld gemeinsam die entscheidenden Fragen aus inhaltlicher (vorhandene Infrastruktur) und vertrieblicher Sicht (grundsätzliche Investitionsabsichten) definiert.

Die Kontakte mit einer grundsätzlich positiven Einstellung zum Angebot werden über die Wiedervorlage mit der Zielsetzung Präsentationstermin / Angebotsanfrage weiterverfolgt. Im Rahmen der Terminvereinbarung werden die Erkenntnisse der Eignungs- und Potenzialanalysen aus inhaltlicher und vertrieblicher Sicht forciert.

Der Schwerpunkt der telefonischen Neukundenakquisition liegt darin, über eine bestimmte Laufzeit aus einer großen Anzahl von Unternehmen im Zielmarkt diejenigen mit echtem Potenzial herauszufiltern. Da sich dieser Prozess über Monate oder sogar Jahre erstrecken kann und passende Bedarfssituationen nicht sofort auftreten, müssen Kontakte immer wieder gesucht, qualifiziert und sukzessive aufgebaut werden. In Unternehmen mit einem ernsthaften Interesse bzw. einer perspektivischen Investitionsabsicht vereinbaren wir Präsentationstermine oder generieren Angebotsanfragen.

– **5.Schritt: Langfristige Zusammenarbeit und Erfolgsabhängige Vergütung**

Unser Ziel ist der langfristige gemeinsame Umsatzerfolg. Eine Variante nach der Probe-phase ist, dass wir Ihren Vertrieb weiterhin durch vereinbarte Präsentationstermine bzw. generierte Angebotsanfragen unterstützen. Zum Ende der Probephase erstellen wir Ihnen dazu gern ein Folgeangebot für eine Fortsetzung unserer Zusammenarbeit auf Basis einer leistungsabhängigen Abrechnung.

Ab diesem Zeitpunkt sind wir aber auch offen für eine Vergütung auf einer teilweisen bzw. vollständigen Umsatzprovisionierung. Genauso vermarkten wir auf eigenes Risiko standardisierte Produkte direkt über das Telefon.