

Akquisitionsturnier (T9)

Zielgruppe:

Firmen- und Gewerbekundenbetreuer sowie Mitarbeiter aus den Fachbereichen mit eigener Akquisitionsverantwortung

Ausgangslage:

In den letzten Jahren ist das Thema Akquisition etwas in den Hintergrund geraten:

- teils standen Maßnahmen zur Risikobegrenzung im Vordergrund
- teils kamen Kunden von anderen Banken von ganz allein
- teils musste vermieden werden, von anderen Banken die falschen Kunden abzuwerben

Seit einiger Zeit nimmt der Wettbewerb im Firmenkundengeschäft wieder spürbar zu. Und ambitionierte Wachstumsziele sind mit dem bestehenden Kundenstamm oft gar nicht zu schaffen.

Aufgabe des Trainings:

Das Training soll einen nachhaltigen Akquisitionsprozess in Gang setzen und die Teilnehmer in die Lage versetzen, diesen Prozess eigenständig aufrecht zu erhalten. Ziel ist die Gewinnung neuer Kunden und die Vereinbarung von Erstgesprächen noch im Training.

Vorbereitung durch die Teilnehmer:

- Jeder Trainingsteilnehmer verfügt über eine Zielkundenliste, die im Idealfall außer dem Namen des Zielkunden und einer Telefonnummer auch Name und Position des zuständigen Gesprächspartners enthält.
- Die Zielkundenliste ist mit der Bestandskundenliste der Bank so weit abgestimmt, dass ausgeschlossen werden kann, dass "versehentlich" Bestandskunden akquiriert werden
- Die auf jeder Zielkundenliste aufgeführten ersten 10 wurden (soweit möglich) von den Teilnehmern im Internet recherchiert.

Zu jedem dieser ersten 10 Zielkunden je Teilnehmer wurde vom Akquisiteur ein kurzes schriftliches Exposé (handschriftlich, formlos) erstellt, das im Training zur Verfügung steht.

Trainingsverlauf

1. Tag vormittags: Vorbereitung

- Welches Ziel verfolgt Ihr Anruf?
- Wie stelle ich mich vor?
- Wie trage ich mein Anliegen vor?
- Fragetechniken und Sprachmuster in der Neukundenakquisition
- Aktives Zuhören
- Antworten auf die gängigen Kundenrepliken / Einwände
- Qualifizierte Terminvereinbarung
- Was ist, wenn der Kunde definitiv "Nein" sagt

1. Tag nachmittags: Vorbereitung

- Attraktivität von Akquisitionsadressen
- Die Gesprächsagenda
- Vorstellungsphase
- Gesprächsführung und roter Faden
- Interviewphase
- Fragetechniken / Aktives Zuhören
- Angebot und Kundennutzen

2. Tag vormittags:

- Vorstellen einzelner Adressen durch die Teilnehmer
- Akquisitionsturnier (Echtakquisition an den Arbeitsplätzen der Teilnehmer, Beobachtung und Feedback durch den Trainer und/oder die Teilnehmer)

2. Tag nachmittags:

- Nachfassaktion vom Vormittag
- Wettbewerbsbeobachtung
- Vereinbarung mit dem Kunden
- Zusammenfassung der Inhalte
- Maßnahmen den Erfolg zu sichern