

Herzlich willkommen zum Vortrag **"In 6 Schritten zum eigenen Unternehmer-Erfolgskonzept - Wie Sie gezielt Ihre Wunschkunden gewinnen"**.

Diese Checkliste dient Ihrer Vorbereitung und Sie können sie für Ihre Überlegungen während des Vortrags einsetzen. Den größten Nutzen haben Sie mit Sicherheit, wenn Sie die Fragen nach dem Webinar unter Berücksichtigung der gewonnenen Erkenntnisse durcharbeiten.

Wenn Sie an Ihre Kunden und Aufträge denken, wie beurteilen Sie die aktuelle unternehmerische Situation?

Bitte denken Sie jetzt noch einmal eingehender an Ihre aktuellen Kunden und Aufträge: Was würden Sie als gut oder sehr gut beurteilen? Was als befriedigend oder weniger befriedigend?

Wenn Sie an Ihre Aufträge und die damit erzielten Erlöse denken, wie zufrieden sind Sie damit?

Sofern Sie nicht 100% zufrieden sind: Was macht Sie bei Ihren Kunden und Aufträgen derzeit unzufrieden?

Wenn Sie an die Inhalte denken, die mit Ihren aktuellen Kunden und Aufträgen verbunden sind, was denken Sie dann?

Wenn Sie Ihre Kunden/Aufträge sowie die Auftragslage und deren Entwicklung insgesamt betrachten und hierfür insgesamt eine Schulnote geben sollten, welche Note wäre das dann?

Angenommen, die Situation bliebe so, wie sie zur Zeit ist, was würde das für die Zukunft bedeuten:

Denken Sie an Ihre Werte, die für Sie beruflich/unternehmerisch wirklich wichtig sind. (Werte sind z.B. Ehrlichkeit, Wertschätzung, Zuverlässigkeit u.v.a.m.) Welche Werte haben da die größte Bedeutung für Sie ganz persönlich?

Rekapitulieren Sie nun Ihren bisherigen Berufs- und Lebensweg. Welche Erfahrungen haben Sie da (persönlich und beruflich/unternehmerisch) gemacht? Was war für Sie von besonderer Bedeutung? Was hat Sie vielleicht sogar geprägt oder möglicherweise Ihre persönliche oder beruflich/ unternehmerische Richtung verändert?

Wenn Sie an Ihre Stärken denken, was fällt Ihnen da ein? Welche besonderen Fähigkeiten oder Kompetenzen haben Sie? Was geht Ihnen ganz besonders gut von der Hand? Wofür bekommen Sie vielleicht auch immer wieder Anerkennung von anderen Menschen?

Sie stehen derzeit ganz individuell an einem bestimmten Punkt Ihres Lebensweges. Wenn Sie an die nächsten 5 - 10 Jahre denken, wie stellen Sie sich dann Ihren weiteren Weg vor? Wo wollen Sie dann angekommen sein? Was wollen Sie für sich persönlich dann erreicht haben?

Bitte ändern Sie nun Ihren Fokus. Bei den folgenden Fragen geht es primär um Ihr Unternehmen bzw. Ihr unternehmerisches Tun. Der Schwerpunkt liegt also hauptsächlich im Unternehmen oder unternehmerischen.

Über welche besondere Expertise(n) und Erfahrungen verfügt Ihr Unternehmen? Welches Know-how haben Sie oder Ihre Mitarbeiter aufgebaut? Wo kennen Sie sich z.B. besser aus als andere, die sonst Ähnliches tun?

Wo hat Ihr Unternehmen/haben Sie als Selbstständiger besondere Fähigkeiten? Was kann Ihr Unternehmen (oder Sie selber als Selbstständiger) ganz besonders gut? Wo sind Sie bzw. Ihre Mitarbeiter besser als andere? Wo ist Ihr Produkt/Ihre Dienstleistung besser als das, was andere bieten?

Denken Sie nun an Ihre Kunden, Lieferanten oder auch Ihr Netzwerk. Was gibt es dort in den verschiedenen Bereichen, das Ihr Unternehmen gegenüber Mitbewerbern unterscheidet? Wo gibt vielleicht Besonderheiten oder Stärken?

Manchmal gibt es im eigenen Unternehmen Potenziale oder Entwicklungsmöglichkeiten, die bisher noch nicht erkannt und genutzt wurden. Wo gibt es in Ihrem Unternehmen noch ungenutzte Potenziale, die eine Chance zur Entwicklung und für bessere Ergebnisse darstellen können?

Als nächste Frage sollten Sie sich noch ein wenig mit Ihrer Branche und Ihrem Markt auseinandersetzen. Welche Entwicklungen gibt es dort, die vielleicht für die Zukunft für Sie und Ihr Unternehmen Optionen darstellen könnten? Gibt es Veränderungen oder Innovationen, die Ihre Branche/Ihren Markt in der Zukunft prägen werden? Welche sind das und welche Veränderungen werden diese Ihrer Meinung nach mitbringen?

Lesen Sie nun alle Ihre Antworten noch einmal hintereinander durch. Was fällt Ihnen auf? Welche Gedanken oder Überlegungen kommen dabei hoch, was beschäftigt Sie?

Was ist/sind Ihr/e Spezialgebiet/e unter Berücksichtigung aller Erkenntnisse, die Sie bisher gewonnen haben? Welche Lösungen können Sie künftig anbieten? Wo unterscheiden sich diese von den gegenwärtig angebotenen Leistungen? Was ist besser oder spezifischer? Warum wollen Sie als Unternehmer diese Lösungen anbieten?

Bitte beschreiben Sie die Lösungen, die Sie anbieten wollen, in einem oder zwei Sätzen je Lösung. Ordnen Sie mehrere Lösung nach der Attraktivität, die diese für Sie haben.

Für welche Kundengruppe ist/sind die Lösungen besonders attraktiv? Was ist/sind die Gemeinsamkeiten bei diesen Wunschkunden? Was ist das Verbindende? Warum ist diese Kundengruppe auch für Sie besonders attraktiv? Warum wollen Sie Ihre Leistung gerne genau für diese Kunden erbringen?

Versetzen Sie sich nun in die Position Ihrer Wunschkunden. Denken Sie darüber nach, vor welchem Problem (Sie erinnern: Es ging immer um einen Engpass.) Ihre Wunschkunden stehen, wenn sie nach Ihrer Lösung suchen. Was genau beschäftigt Ihre Wunschkunden? Beschreiben Sie deren (mutmaßliche) Gedanken. Wie sieht die ideale Lösung für Ihre Wunschkunden (aus deren Sicht) aus? Was müssten Sie ggf. zu Ihrer Lösung noch ergänzen, damit diese wirklich so ist, wie Ihre Wunschkunden sich diese idealerweise wünschen? Bitte beschreiben Sie diese Lösung inkl. aller Komponenten.

Können Sie diese Lösung(en) bereits zur Gänze anbieten oder bedarf es irgendwelcher Ergänzungen, damit die Lösung aus der Sicht Ihrer Wunschkunden wirklich ideal und sehr attraktiv ist? Welche sind das?

Denken Sie nun an die Komponenten Ihres Angebotes/Ihrer Angebote, die Sie derzeit nicht erbringen können. Welche dieser Komponenten liegen innerhalb der Kernkompetenzen Ihres Unternehmens und sollten demzufolge künftig selber erbracht werden? Was sollten Sie unternehmen, um diese Kompetenzen in Ihr Unternehmen zu holen?

Denken Sie nun an Bereiche, die außerhalb der Kernkompetenzen Ihres Unternehmens liegen. Hier sind eher Kooperationen mit anderen Unternehmen das Mittel der Wahl. Welche Kooperationen sollten Sie ggf. eingehen, welche Leistungen sollten Sie künftig über Kooperationen anbieten können? Wie können Sie an die Kooperationspartner kommen?

Für den Fall, dass Sie nun immer noch mehrere Leistungspakte diskutieren, sollten Sie diese nun noch einmal bewerten und sich dann für die weiteren Überlegungen zunächst auf eines davon beschränken.

Bitte beschreiben Sie nun abschließend diese Lösung inkl. aller relevanten Komponenten. Beschreiben Sie Ihre Wunschkunden und was diese ausmacht. Was ist der Engpass für diese Kunden und wie werden Sie diesen für Ihre Kunden optimal beseitigen. Erläutern Sie, wie Sie Ihre Lösung erbringen werden und welche Voraussetzungen Sie hierfür erschaffen werden:

Versetzen Sie sich bitte in die Situation Ihrer Wunschkunden, wenn diese ihr Problem am Engpass lösen wollen. Wie werden Ihre Wunschkunden voraussichtlich vorgehen um zu der Lösung zu kommen, die sie benötigen? Wo/wie werden sie sich informieren, wo werden diese nach einer Lösung suchen?

Wie können Sie mit der Information über Ihre Lösung Ihren Wunschkunden möglichst nahe kommen? Wie können Sie dafür sorgen, dass Ihre Wunschkunden von Ihrer Lösung erfahren? Welche der Möglichkeiten sind besonders effektiv und wirtschaftlich?

Oft haben Ihre zufriedenen Kunden auch Kontakte zu anderen Mitgliedern Ihrer Wunschkundengruppe und können Sie ggf. weiterempfehlen. Prüfen Sie, welche Ihrer bestehenden Kunden ggf. für Empfehlungen in Frage kommen. Suchen Sie einen Weg, wie Sie Ihre Kunden um diese Empfehlungen bitten bzw. wie sie diese veranlassen können:

Machen Sie sich bitte Gedanken über die Gestaltung des Vertriebsprozesses, der sich an die Bekanntmachung Ihrer Lösung in Ihrer Wunschkundenzielgruppe anschließt. Was wäre aus der Perspektive Ihrer Wunschkunden der optimale Weg für eine Auftragsanbahnung? Welche Fragen haben diese Kunden, welchen Bedenken gilt es ggf. zu begegnen und wie können Sie diese ggf. ausräumen?

Oft muss man als Unternehmer bei seinen künftigen Kunden erst einmal für das notwendige Vertrauen sorgen. Das gilt insbesondere für wichtige Fragen, wie dieses die Entscheidung an einem wichtigen Kundenengpass oft darstellt. Überlegen Sie, was Sie tun können, um schnell ein möglichst tiefes Vertrauen Ihrer Wunschkunden in Sie und Ihr Angebot zu entwickeln und aufzubauen:

Noch eine Anregung in Hinblick auf Ihre aktuellen Kunden: Prüfen Sie, ob Ihre aktuellen Kunden, die Sie ja bereits kennen und schätzen, bisher ungelöste Probleme haben, die Sie auf Basis Ihrer Ressourcen und Möglichkeiten lösen könnten. Sofern sich solche Optionen zeigen, sollten Sie evaluieren, wie Sie hier sinnvoll eine Lösung anbieten und beim Kunden etablieren können:

Ich hoffe, Sie sind hier ein gutes Stück weiter gekommen, hatten neue Erkenntnisse und haben den einen oder anderen zukunftsweisenden Weg für sich entdeckt.