

## Fallbeispiel Erfolgsfaktoren Akquisition und Kunde

Einen Wettbewerbsvorteil über das Produkt oder die Leistung zu erzielen, wird immer schwieriger; über den Preis kann nicht das Ziel sein. Was bleibt, ist eine positive Unterscheidung über den Erfolgsfaktor „Kunde“!

Der Erfolgsfaktor Kunde sollte in den Köpfen der Mitarbeiter verankert werden. Dies aber nicht nur durch flotte Sprüche, sondern durch konkrete, greifbare Maßnahmen bzw. zu vereinbarende Standards.

### Szenario

Stellen Sie sich folgendes Szenario vor: Es gibt für die Ausführung von Bauvorhaben keine öffentlichen Ausschreibungen mehr und keine Ausschreibungsblätter. Sie geben nur noch Angebote ab, bei denen Sie vor der Ausschreibung persönlich Kontakt mit dem potenziellen Bauherrn hatten. Sie sind als Unternehmer darauf angewiesen, selbst aktiv zu akquirieren! Sie sind darauf angewiesen, dass Sie Bauwünsche selbst aufspüren, dass Sie permanent das Ohr am Kunden haben und Kundenkontakte aufbauen und halten. Als Unternehmer ist Ihre Hauptaufgabe das aktive Verkaufen! Sie sind darauf angewiesen, dass Ihre Kunden Sie weiterempfehlen, dass Sie aus Erstkunden Stammkunden machen.

Auch wenn es sehr unwahrscheinlich ist, dass das geschilderte Szenario eintritt, so öffnet es doch neue Wege für den Bau; Wege, um zu Aufträgen mit besseren Preisen zu kommen. Es öffnet den Blick für den Erfolgsfaktor Kunde und verdeutlicht den Stellenwert der Akquisition, die zumindest in der Vergangenheit nur eine untergeordnete Rolle am Bau spielte.

### Aktives Verkaufen

Aktives Verkaufen wird hier ganzheitlich verstanden; als ein immerwährender Prozess mit dem Ziel, gewinnbringende Aufträge zu erhalten. Akquisition endet dabei nicht mit dem Auftragserhalt, sondern geht bis zum Wiederkauf. Mein Marketing-Modell „Erfolgs-Uhr<sup>®</sup>“ verdeutlicht die Akquisition „rund um die Uhr“.

Dr. E. Rüdiger Weng, Brunnenwiesen 9, 73105 Dürnau, Telefon 07164.146088  
Partner im Berater-Team Bau  
Fallbeispiel Kunde RW.doc



Aus Sicht der Bauherren kann die Beschaffung von Bauleistungen in neun Phasen beschrieben werden. (Erfolgs-Uhr<sup>®</sup> 4:00 bis 12:00 Uhr.) Ergänzt um die drei Schritte der Marketing-Planung ergeben sich insgesamt 12 „Stunden“ des Erfolgs.

Zur einer aktiven Akquisition gehören dabei Maßnahmen von der Strategie-Entwicklung über die Auftragsbeschaffung, Angebotsgestaltung, Kundengewinnung, -bindung, ... Ermittlung der Kundenzufriedenheit bis zur fortlaufenden Betreuung von Kunden. Nur ein gezielt eingesetztes und aufeinander abgestimmtes Bündel an Maßnahmen kann dabei zum Erfolg führen.

Die Basis für aktives Akquirieren bildet die Unternehmens-Strategie.

### Akquisition und Kunden-Orientierung rund um die Erfolgs-Uhr<sup>®</sup>

Je früher der Kontakt mit potenziellen Kunden, desto größer sind die Erfolgchancen! Informationen über bevorstehenden Bauvorhaben zu erhalten, ist kein Problem. Es ist nur eine Frage, diesen beschwerlicheren Weg konsequent zu gehen.

Hier legen wir z. B. fest, wer welche Tageszeitung liest und wo die „Marktgeräusche“ über beabsichtigte Bauvorhaben gesammelt und verfolgt werden. Sie werden erleben, dass Sie sehr viele Informationen erhalten. Ihr Aufgabe wird es sein, die erfolgversprechendsten auszuwählen.

Die Chancen für einen Auftragserhalt steigen, mit der Abgabe von Sondervorschlägen und deren kundengerechter Aufbereitung. Mal ehrlich: Welche Argumente - außer dem Preis - sprechen für Ihr Angebot?

Eine Lösung neben weiteren kleinen Bausteinen sind hier Muster-Angebots-Schreiben mit Nutzenargumentation, die wir gemeinsam mit Ihnen erarbeiten.

Die Kundenzufriedenheit oder eben -unzufriedenheit hängt in starkem Maße von der Art der Reklamationsbearbeitung - vom Umgang mit Mängeln - ab.

Hier legen wir fest, wie Reklamationen kundengerecht abgearbeitet werden. Das geht so weit, dass auch der Schriftverkehr durchforstet wird.

Als Standard werden Bauherren-Gespräche festgelegt. Dazu gibt es Checklisten für den Ablauf der Gespräche. Es wird vereinbart wie die Kundenzufriedenheit ermittelt wird.

Aus den Augen aus dem Sinn, sagt schon ein altes Sprichwort. So gilt es, mit den Bauherren in Kontakt zu bleiben, den Kontakt von 12:00 Uhr (Erfolgs-Uhr<sup>®</sup>) bis 4:00 Uhr (Initialphase) aufrechtzuerhalten.

Wer hält mit wem, wie oft Kontakt? Hier kann die Lösung auch ein Kundenbrief oder eine Kundenzeitung sein.

Und immer wieder wird das Thema interne und externe Kommunikation in die Workshops eingebaut, denn wir Menschen sind emotionaler als wir denken.

### **Betroffene zu Beteiligten machen**

In Workshops mit den Führungskräften, Kalkulatoren, Bauleitern ... wird gemeinsam die Ist-Situation besprochen, Verbesserungspotenzial diskutiert und schließlich Standards je Phase der Erfolgs-Uhr<sup>®</sup> festgelegt. Dabei achten wir darauf, dass nur leicht umsetzbare und wirksame Maßnahmen - und nicht zu viele auf einmal - erarbeitet werden. Denn nur die konsequente Umsetzung bringt den Erfolg.

## **Workshops**

<b>1</b>	<b>Erfolgs-Uhr<sup>®</sup></b> <b>4:00 bis 8:00 Uhr</b>  Initial- bis Ausschreibungsphase	Vorfeldakquisition: Informationsbeschaffung über beabsichtigte Bauvorhaben, von der Ziel-Gruppe zur Ziel-Person, Aufbau einer Kundendatenbank, Organisation der Akquisition, Festlegen von Standards ...
<b>2</b>	<b>Erfolgs-Uhr<sup>®</sup></b> <b>9:00 bis 10:00 Uhr</b>  Angebots- und Entscheidungsphase	Angebotsbearbeitung: Checkliste zur Angebotsauswahl, Aufbereitung von Angeboten, Sondervorschläge, Festlegen von Standards ...
<b>3</b>	<b>Erfolgs-Uhr<sup>®</sup> 11:00 Uhr</b>  Ausführungsphase	Bauausführung: Auswahl der Subunternehmer, Baustart-Gespräch, Bauabschluss-Gespräch, Nachträge, Reklamationen, Bauwerksfeierlichkeiten, Kundenbefragung, Festlegen von Standards ...
<b>4</b>	<b>Erfolgs-Uhr<sup>®</sup> 12:00 Uhr</b>  Erfahrungsphase	Kunden-Nachbetreuung: Wer hält mit wem, wann und wie oft Kontakt? Festlegen von Standards ...

In zwei bis drei Tagen sind Sie rund um die Erfolgs-Uhr<sup>®</sup> kundenorientiert aufgestellt. Sie haben mehr Erfolg!

Wir lassen Sie bei der Umsetzung nicht allein. Wenn Sie wollen, arbeiten wir auch im Rahmen eines Marketing-Management auf Teilzeit aktiv mit!