

10-Minuten- Check



Tipps für den Verkauf 4.0

Auch im digitalen Zeitalter zählt das Verkaufen von Mensch zu Mensch. Verkaufstrainerin Sandra Schubert gibt Tipps zur Kundengewinnung.

- 1. Sichtbarkeit.** Da sich nicht nur im B2C, sondern auch im B2B Kunden zunehmend vorab informieren und erst dann Kontakt aufnehmen, ist die Auffindbarkeit im Netz ein Schlüsselfaktor zum Erfolg. SEO, Social Media, Blogs und Youtube sind auch Sache des Vertriebs und werden idealerweise mit dem Marketing geplant und inhaltlich abgestimmt.
- 2. Zielkundenprofil.** Die Inhalte der Onlineangebote sind idealerweise genau auf das jeweilige Persona Profil zugeschnitten. Je genauer Sie die Wünsche und Schmerzen Ihrer Kunden kennen und abbilden, umso genauer können Sie darauf Antworten geben.
- 3. Wertvoll sein.** Auf Basis der Zielkunden-Bedürfnisse lassen sich Inhalte erarbeiten und zur Verfügung stellen. Für Content Marketing oder Lead Nurturing ist Ihr Kundenwissen wichtig. So lassen sich entsprechende Informationen geben und gegen die Kontaktdaten des Interessenten tauschen. Diesen können zunächst die Kollegen im Innendienst oder Marketing weiterqualifizieren, bis er den entsprechenden Reifegrad erreicht hat, um von Ihnen zum Abschluss geführt zu werden.
- 4. Vom Lead zum Kunden.** Welche Infohappen und Nutzwerte Sie im Rahmen des Lead Nurturing zur Verfügung stellen, können Sie steuern. Je passgenauer die Infos, umso qualifizierter der Lead.
- 5. Interessanter Einstieg.** Überlegen Sie sich ein interessantes Einstiegsprodukt, das für den Lead attraktiv sein kann. Die Kaufhürde sollte relativ gering sein, ohne große Umstellungen auf Kundenseite zu erfordern. So testen Sie, wie reif Ihr Lead ist und machen aus einem Hot-Lead einen Kunden.
- 6. Der Mensch im Mittelpunkt.** Selbst ausgefeilte Marketing Automation braucht den persönlichen Kontakt zum Kunden. Im Gegenteil. Auf Basis der gesammelten Informationen können Sie den Lead nicht nur erfolgreich kontaktieren, sondern auch gezielt im persönlichen Dialog die Bedürfnisse herausfinden. So sorgen Sie dafür, dass der Kaufprozess nicht nur schneller, sondern auch gründlicher abläuft und kein potenzieller Kunde vergessen wird oder unbemerkt abspringt. <