



Vorwort

Jürgen Ratzkowski

Keine Angst vor der Akquise!

Mehr Erfolg in Vertrieb und Verkauf

ISBN: 978-3-446-42717-4

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser.de/978-3-446-42717-4>

sowie im Buchhandel.

Vorwort zur 5. Auflage

Keine Angst vor der Akquise, die fünfte (Auflage). Was vor neun Jahren mit zehn Kapiteln und 185 Seiten begann, hat sich heute auf 14 Kapitel und ca. 330 Seiten erweitert.

Nicht dass sich so viel Neues in der Akquisition entwickelt hätte. Ganz im Gegenteil. Das, was vor zehn Jahren eine erfolgreiche persönliche Akquisition ausgemacht hat, gilt auch für die heutige Zeit. Jedoch sind die Probleme größer geworden. Die individuellen Blockaden sind stärker verbreitet. Der Druck in der Gesellschaft, in den Märkten, in den Unternehmen ist größer als je zuvor. Parallel dazu steigen die Anforderungen an die Mitarbeiter und Führungskräfte, speziell an die, die nach außen agieren und Ergebnisse produzieren müssen. Immer mehr Überforderung, immer mehr Fluktuation, immer größere Nachwuchsprobleme im aktiven Vertrieb sind die Folge. Das Internet mit seinen technischen Möglichkeiten und den sozialen Netzwerken schien das Problem lösen zu können. Umsätze ohne persönlichen Kontakt. Keine lästigen, Stress auslösenden Besuche oder Telefonkontakte. Mehr Zeit für organisatorische Aufgaben. Ein Paradies. Doch leider sieht die Realität anders aus. Interviews in verschiedenen Branchen haben ergeben: Der Bedarf an persönlicher Akquisition und persönlichem Verkauf ist geblieben. Allerdings haben die Fähigkeiten der handelnden Personen, in Bezug auf diese Tätigkeiten, rapide abgenommen. Potenziert wird das Problem dadurch, dass es kaum jemand mehr machen möchte. Noch nie war der Markt so groß für aktive Verkäufer/Akquisiteure wie heute. Diese Entwicklung verläuft seit Jahren schleichend, das heutige Ergebnis kann also nicht wirklich überraschen.

Durch viele eigene Projekte in den letzten Jahren sowie durch zahlreiche Studien zu diesem Dilemma wurde ich ermutigt, diesem Phänomen intensiver auf den Grund zu gehen. Das 13. Kapitel beleuchtet Hintergründe aus mehreren wissenschaftlichen Blickwinkeln und es liefert Ideen zur Lösung der einzelnen Blockaden und Fixierungen.

Es gibt also Lösungen. Sie anzugeben fordert und strengt an. Aber sie wirken auf eine nachhaltige Art und Weise, so dass sich diese Anstrengung qualitativ und quantitativ auszahlt.

Garmisch-Partenkirchen, Herbst 2011

Jürgen Ratzkowski

Vorwort zur 1. Auflage

Akquisition – allein das Wort treibt vielen Menschen, die vom Verkauf leben, einen kalten Schauer über den Rücken. Diese Disziplin des Verkaufens wird von den einen als „Klinkenputzen“ bezeichnet und von den anderen als die „Königsdisziplin“ im Verkauf. An dieser Tätigkeit scheiden sich die Geister. Einerseits braucht es jedes Unternehmen und jeder vom Verkauf lebende Mensch und andererseits wehren sich die meisten mit Händen und Füßen dagegen.

Ich bin diesem Phänomen bei den Recherchen für dieses Buch intensiv auf den Grund gegangen. Ich habe mit Vorständen und Geschäftsführern, Verkaufsleitern, Key account-, Großkunden- und Flottenmanagern, Verkaufstrainern und Beratern, Verkäufern verschiedener Produkte und Dienstleistungen und mit vielen Kunden intensiv darüber diskutiert.

Viele der Widerstände sind verbunden mit negativen Fantasien über das, was bei der Akquisition alles passieren kann. Diejenigen, die Erfahrungen mit dauerhafter, systematischer Akquisition haben, bewerten die Situation aufgrund selbst gemachter Erfahrungen natürlich anders und wissen, dass die meisten Fantasien völlig unbegründet sind.

Da bei den meisten Gesprächspartnern die Befürchtungen und negativen Fantasien überwogen, entschloss ich mich, dieses Buch zu schreiben, um die Hintergründe dieses blockierenden Verhaltens zu beleuchten und den positiven, unterstützenden Aspekt der Akquisition in den Vordergrund zu stellen.

Beim Schreiben des Buches überlegte ich oft, ob es vielleicht hilfreicher wäre, das Wort Akquisition zu ersetzen, um einen weniger erschreckenden Begriff zu finden, zum Beispiel Neukundengewinnung, Bestandskundenaktivierung, Kunden-Management, Aktive Kundenansprache etc., doch auch diese Begriffe lösten bei meinen Interviewpartnern dieselben Reaktionen aus. In diesem Moment fiel mir eine Parallele aus dem Sport ein. Der Marathonlauf. Auch dieser Begriff löst bei den meisten Menschen Befürchtungen, Ängste, Ehrfurcht und Fantasien aus. Bei denen, die schon häufiger Marathon gelaufen sind, ist dies nicht der Fall. Sie haben zwar Respekt, da sie die physischen und psychischen Belastungen kennen, aber sie haben eigene Erfahrungen damit

gemacht, somit relativiert sich das Unbehagen. Auch hier würde eine Umbenennung des Begriffes keine Minderung der Befürchtungen und Fantasien ergeben. Es bleiben halt 42,195 km. Und es gibt noch mehr Parallelen zur Akquisition:

- Bis ein Marathon erfolgreich abgeschlossen wird, braucht es eine lange, systematische und kontinuierliche Arbeit – wie bei der Akquisition, wo wir einige Kontakte und Beziehungsarbeit leisten müssen, ehe sich der Erfolg einstellt.
- Bei der Vorbereitung zum Marathonlauf wie beim Wettkampf selbst gibt es viele Hochs und Tiefs (physisch und psychisch) – wie bei der Akquisition.
- Für die erfolgreiche Teilnahme am Marathonlauf sind verschiedene Faktoren verantwortlich (zum Beispiel systematisches Training, gesunde Ernährung, Erholung, unterstützendes Umfeld etc.) – für die Akquisition trifft das auch zu. Hier sind es zum Beispiel die Persönlichkeit des Akquisiteurs, die Unterstützung durch die Führung, akquisitionsfördernde Systeme etc.
- Beim Marathonlauf entscheidet nicht nur das Können über die erfolgreiche Teilnahme, sondern auch die innere Einstellung, der Umgang mit persönlichen Blockaden und Widerständen und dauerhafte Aktivität – wie bei der Akquisition, wo strategische und kommunikative Fertigkeiten in Verbindung mit der persönlichen Haltung greifen.

Es ließen sich sicher noch mehr Parallelen finden.

Nimmt man jedoch beide Aktivitäten, so gibt es eine große Gemeinsamkeit. Es braucht viel Mut, Ausdauer, Engagement und Disziplin beides erfolgreich zu meistern, aber der Erfolg, der aus dieser Arbeit resultiert, ist für viele Menschen süßer und nachhaltiger als der, der aus kurzfristiger Tätigkeit resultiert.

Ich selbst habe mich während des Schreibens dieses Buches auf den Hamburg Marathon 2002 vorbereitet. Es gab viele Ups und Downs, es war anstrengend, teilweise frustrierend und ich habe mich oft gefragt, ob ich es schaffe – und es war ein tolles Gefühl beides erfolgreich gemeistert zu haben. Und genau dieses Gefühl kenne ich auch, wenn die Akquisition eines unserer Kunden über Jahre gedauert hat, bis es zuerst zu einem Pilotprojekt und später zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit gekommen ist.

Dieses Buch soll bei Ihnen die Lust und Freude an der Akquisition wecken und Ihnen Unterstützung dabei liefern, wie sie diese professionell und erfolgreich durchführen können.

Ich wünsche Ihnen dabei viel Spaß und Erfolg.

Bochum, September 2002

Jürgen Ratzkowski