

NEUES VON DER KUNST, ZU FÜHREN UND SICH FÜHREN ZU LASSEN



Liebe Leserin, lieber Leser, guten Tag!

Unser Team war zu einer Veranstaltung in ein beeindruckendes Kongresszentrum eingeladen. Ein ganz besonderer Ort mit guter Energie und Atmosphäre, in dem wir auch schon einmal gearbeitet haben.

Das Kongresszentrum selbst war der Gastgeber und stellte sich vor. So erfuhren wir auch, dass dieser Ort sogar in das Profil von Corporate Social Responsibility passt: zertifizierte umweltfreundliche Bauweise und zertifiziertes ökologisches Gebäude-Management.

Und dann die Bewirtung: Auf Tischen stand wunderbar angerichtet und serviert ein Frühstück-Bufferet, das wahrscheinlich um die 200 Menschen gesättigt hätte. Die rund 70 anwesenden Personen allerdings hätten viele kalorienreiche Opfer bringen müssen, um diesem Angebot echte Wertschätzung entgegenzubringen.

Da waren wir 70 an diesem schönen sonnigen Morgen in diesem inspirierenden Gebäude und hatten dieses kulinarische Meisterwerk zu unserer Verfügung. Alles war äußerlich perfekt - und doch schwang noch etwas mit, das manche etwas beklemmte und bremste.

Da es nun mal um CSR ging, wurde sehr bald im Publikum die Frage aufgeworfen, was wohl mit all den Buffet-Resten geschehen werde. Das Interesse an diesem Thema überwog ausnahmsweise einmal die sonst schweigende Höflichkeit.

Wir dachten sofort an eines unserer Lieblingsthemen: Akquisitions-Beziehungen (alle 70 waren potenzielle Kunden der Gastgeber). Welche Impulse gibt man am besten in das Feld, in dem man Beziehungen zu künftigen Kunden anknüpfen möchte? Ein Feld, in dem es ebenso viele Gründe für Großzügigkeit gibt wie für Zurückhaltung und Bescheidenheit.

Inhalt

[Akquisition beleben:
Großzügigkeit, Bescheidenheit
und etwas "Liebenswertes"](#)

[Tipp zum Team-Coaching](#)

[Aktuelle Workshops](#)

[PDF-Druck-Version](#)

[Archiv frühere Newsletter](#)

[Newsletter abonnieren](#)

[Ihr 3 Minuten - Feedback
zum Newsletter](#)

Fendel & Partner ist eine Unternehmensberatung, die ihre Kunden mit Coaching, Team-Coaching und Facilitation unterstützt. Damit alle Kräfte für Erfolg zur Verfügung stehen.

Lesen Sie weiter und beschäftigen Sie sich mit Ihrem individuellen Akquisitionstil ...

Akquisition beleben: Großzügigkeit, Bescheidenheit und etwas "Liebenswertes"

Wenn Aufträge locken, werden nicht nur Vertriebs- und Marketingleute großzügige und einladende Gastgeber für ihre Zielgruppe. Auch niemand vom Controlling will sich nachsagen lassen, er wolle die Kunden stiefmütterlich behandeln. Im Gegenteil: wenn es um den Geschäftserfolg und die Kunden geht, will man kompetent und fürsorglich überkommen. Der Kunde soll sich wohlfühlen.

Eine nicht sehr angenehme Frage schleicht sich da hinein: wieviel dieser Großzügigkeit und Fülle gilt wirklich dem Kunden selbst, und wieviel gilt dem eigenen Konto, auf dem ein Auftrag eingehen soll?

Vielleicht braucht man den Kundenauftrag unbedingt. Vielleicht würde sich - wenn dieser Kunde den Daumen nach unten richtete - die eigene Situation erheblich verschärfen. Vielleicht könnte der gute Name das Kunden endlich die hausinternen Kritiker zum Schweigen bringen. Vielleicht braucht man auch einfach mal wieder Erfolg und Anerkennung.

Anders gefragt: wieviel Großzügigkeit muss man zeigen, um die eigene Bedürftigkeit zu füttern, und wieviel davon steht als Zeichen der Gastfreundschaft dem Kunden oder Gast zur Verfügung?

Wir wollen einmal genauer hinsehen.

Großzügigkeit wirkt inspirierend

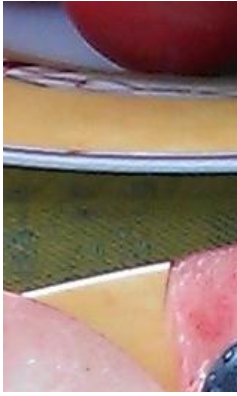


Das oben genannte Kongresszentrum strahlt Großzügigkeit und Willkommen aus.

Es stellt dem Besucher eine angenehme und sichere Umgebung mit allen Bequemlichkeiten einer guten Infrastruktur zu Verfügung. Da ist alles durchdacht, und alles kann genutzt werden. Und das Qualitätsniveau macht Freude.

In einer solchen Umgebung entsteht viel Raum für gute Ideen. Und, wie sich in den Gesprächen der Gäste an diesem Tag auch zeigte, inspiriert sie sogar dazu, einige dieser Ideen sofort anzupacken und ihre Realisierung durch erste konkrete Schritte auf den Weg zu bringen.

Kraft kann sich auch in Bescheidenheit zeigen



Manchmal vergisst man es vielleicht: dass man als Akquisiteur und potenzieller Lieferant sehr viel von etwas hat, das dem potenziellen Kunden eher nicht zur Verfügung steht. An dem er vielleicht sogar echten Mangel leidet.

Ein Beispiel: die Hand eines Schmiedes. Wer schon einmal mit einem richtigen Schmied zu tun hatte, weiß, dass dessen Hand die Kraft eines Amboss in sich hat.

Wenn einem eine solche Hand zum Gruß entgegengehalten wird, könnte man zögern, das eigene zarte Schreibtisch-Händchen in diese gestählte Arbeitshand zu legen. Aber: die meisten Männer mit so starken Händen praktizieren einen sehr feinen Händedruck. Sie sind

sich ihrer Kraft bewusst und setzen sie zum Schutz ihres Gegenübers eher vorsichtig ein. Sie können an dieser Stelle bescheiden sein.

So ist es auch mit der Akquise: Bescheidenheit ist eine maßgebliche Größe für die Vertriebsarbeit. Wer sich auskennt, weiß diese Professionalität zu schätzen. Für ihn ist das ein Signal: "Hier bist du richtig, hier ist Kompetenz. Hier kannst Du entspannen und den Druck weglassen. Hier hört man zu und will verstehen, was Sache ist."

Und nun: das "Liebenswerte"

Großzügigkeit gibt Raum. Bescheidenheit erlaubt Kraftentfaltung. Sehr schön. Jetzt muss noch Individualität rein, damit es lebendig wird und immer das genau Passende passieren kann.



Da ist tatsächlich die Bedürftigkeit eine große Hilfe. Wenn man sich im Vorfeld der Akquisitions-Aktivitäten etwas Zeit nimmt, kann man sich mit dem Team im Kreis zusammensetzen und das aufdecken, was hinter der Bedürftigkeit versteckt liegt.

Man gibt der Bedürftigkeit eine Stimme, lässt sie sich in all ihren Facetten äußern und verurteilt sie nicht. Das geht im Kreis-Format besonders leicht. Man kann dabei so manches spüren und viel lernen.

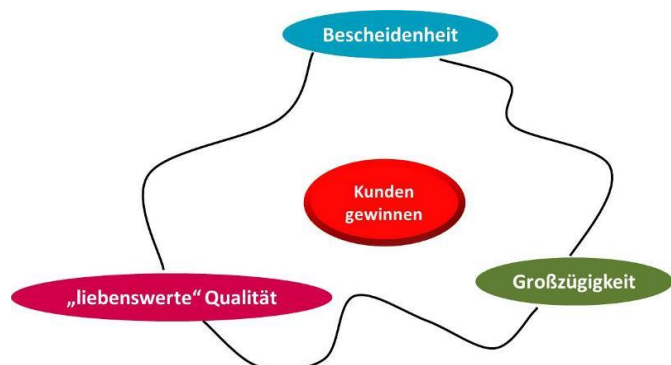
Dann macht man sich genauso intensiv bewusst, wofür das eigene Unternehmen oder die Abteilung steht, wenn es darum geht, Kunden zu gewinnen. Welche Qualitäten gibt es da, die das Unternehmen oder die Abteilung auszeichnen und geradezu liebenswert machen?

Welche zentrale Qualität lässt sich finden, die das mit einem Wort sagt?

Großzügigkeit, Bescheidenheit und die "liebenswerte" Qualität in den Akquisitions-Prozess bringen

Jetzt können Sie im Dreieck arbeiten.

Immer wenn Sie glauben, besonders großzügig sein zu müssen, erinnern Sie sich an das, was Ihr Unternehmen "liebenswert" macht. Wie groß muss "großzügig" dann wirklich sein?



Sie können nun Ihrem Gegenüber großzügig zuhören und sich in aller Bescheidenheit darauf verlassen, dass genau darin die besondere Kraft, die Ihr Unternehmen so "liebenswert" macht, zum Ausdruck kommt. Diese Kraft ist es, die Ihnen sehr großzügig zur Verfügung steht.

Und wenn Sie einmal kein Gespür für das haben, was Sie besonders liebenswert macht, dann seien Sie einfach bescheiden und neugierig und nehmen Sie wahr, wie großzügig andere mit ihnen umgehen.

Freuen Sie sich daran.

Haben Sie Fragen oder Anregungen?
Rufen Sie uns einfach an +49 6151 976 9136 oder mailen Sie
dorothee@fendel-und-partner.de

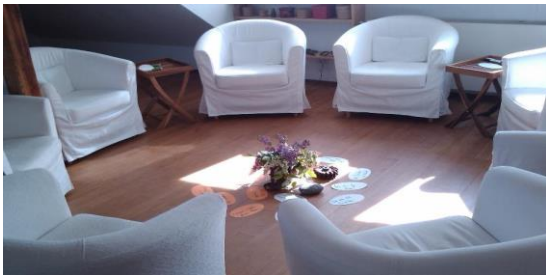
Tipp zur eigenen Führungsarbeit

Wenn für Sie und Ihr Team die Akquisitions- und Vertriebskultur eine Erfolgsgröße ist, dann interessiert Sie vielleicht der folgende Team-Prozess, den wir für Sie nach unseren Erfahrungen skizziert haben:

[Die "liebenswerte" Qualität für den Akquisitions-Prozess finden](#)

Wenn Sie das vertiefen möchten:
telf +49 6151 976 9137 oder franz@fendel-und-partner.de

Aktuelle Workshops



(meist) letzter Montagabend im Monat:

Der Kreis ohne Namen

23. Sept. 2013

[Weitere Informationen und Anmeldung](#)
