

## MEHR UMSATZ DURCH NACHHALTIGE AKQUISE!

In der heutigen Folge habe ich mit Dir darüber gesprochen, wie Du Deine Akquise effizienter durchführen kannst. Eine gute Marktsegmentierung und darauffolgende Kundenentwicklung hat für Dich folgende wesentliche Vorteile:



- ✓ langfristig weniger Kaltakquise - durch Kunden, die proaktiv auf Dich zu kommen und regelmäßig abnehmen
- ✓ Du erhältst Positionen exklusiv und hast damit eine höhere Wahrscheinlichkeit Stellen zu besetzen
- ✓ dauerhaft guter Umsatz durch Kunden, die mehrfach Positionen besetzen
- ✓ bessere Kundenbindung durch diese gezielte Akquise und konstante Betreuung

Folgende Kriterien sind wichtig, wenn Du das mittel - und langfristige Potenzial eines Kunden für Dich einschätzen möchtest:

- Passt er in meine Spezialisierung / Nische?
- Einstellungen in meinem Bereich:
  - ...in den letzten 12 Monaten
  - ...aktuell
  - ...in den nächsten 12 Monaten
- Erfahrungen mit / Offenheit für Personalberatungen
  - Wie viele der in den letzten 12 Monaten eingestellten Kandidaten in Eurem Bereich kamen über eine Personalvermittlung?
- Existierende Herausforderungen bei Stellenbesetzung
- Attraktive Provision / AGB's
- Unternehmen ist ein attraktiver Arbeitgeber (Reputation, Standort etc)
- Bedingungen zur Stellenbesetzung realistisch (z.B. Gehaltsniveau)
- Wie kooperativ ist der Kunde - Status: Lieferant oder Partner?
- Entscheidungsträger bekannt und Kontakt?
- Einstellungsprozess (Stationen, Zeitdauer)
- (Wachstums) Pläne Unternehmen & Abteilung
- Struktur Fachabteilung (Größe, Unterabteilungen, Verhältnis Festangestellte / Freie MA)

Denke daran, die Evaluation des Potenzials auf Basis von „Zahlen, Daten, Fakten“ zu erledigen. Die Potenzialbeurteilung und dessen Ergebnis wird sich im Laufe der Zeit auch verändern, was die Kategorie eines Kunden verändert. Wichtig ist, dass Du diesen Wandel mitbekommst und Deine Akquiseaktivitäten auf Basis dessen anpasst.

Einige der Informationen wirst Du erst im Laufe der Zeit beurteilen können. Fragen, welche bei einem guten Gesprächsstart bereits in den ersten telefonischen Gesprächen gestellt werden können sind:

- Welche Relevanz hat das Thema (Deine Nische) bei Ihnen?
- Wie häufig stellen Sie dazu ein?
- Wie viele Kandidaten haben Sie in diesem Bereich in den letzten 12 Monaten eingestellt?
- Welche Erfahrungen haben Sie beim Besetzungsprozess gemacht?
- Wie ist die aktuelle Einstellungssituation?
- Wie sieht die konkrete Planung für die folgenden 12 Monate aus?
- Welchen Stellenwert hat das Thema Personalvermittlung im Bereich (Deine Nische)?
- Wie viele der in den letzten 12 Monaten in diesem Bereich eingestellten Personen kamen über Personalvermittlung?
- Welche Erfahrungen gab es bei der Zusammenarbeit?
- Wie sind Sie im Einstellungsprozess genau involviert? (Entscheidungsträger?)
- Wie groß ist die Fachabteilung in diesem Bereich?
- Wie ist das Verhältnis von Freiberuflern zu Festangestellten?

Auf Basis der Antworten entscheidest Du über das weitere Vorgehen mit dem Kunden (Zeitpunkt für telefonisches Folgegespräch, persönlicher Kundentermin etc.). Falls sich nach dem ersten Gespräch schon herausstellt, dass das Potenzial des Kunden niedrig oder nicht vorhanden ist, brauchst Du Deine Zeit nicht weiter investieren.

### **ACHTUNG!**

Dadurch, dass die telefonische Akquise ein beliebtestes Tool der Personalberater ist, schalten viele Kunden zu Beginn erstmal auf „Abwimmelmodus“. „Kein Bedarf“ heißt deswegen nicht immer „Kein Bedarf“! Es ist wichtig, dass Du dranbleibst – mit guter Einwandsbehandlung und konkreten Fragen (ZDF!), um einen ersten richtigen Eindruck vom Kunden zu bekommen

Ich hoffe, diese Impulse helfen Dir weiter.

Wenn Du Fragen zu der Folge hast, stelle sie bitte gern in der dazugehörigen Anchor Wave.

Möchtest Du gern persönlich mit mir arbeiten?

Dann trete hier mit mir in Kontakt und wir besprechen in einem kostenfreien Beratungsgespräch, wie genau ich Dir weiterhelfen kann.

Ich wünsche Dir viel Erfolg beim Reflektieren und Ausprobieren!

*Simone*