

Erfolgreiche Kundengewinnung im Mittelstand



Um langfristig volle Auftragsbücher sicherzustellen, sollten kleine und mittlere Unternehmen (KMU) ihre Kundengewinnung strategisch angehen. Was dabei zu beachten ist, erläutern Expertinnen und Experten von "Die KMU-Berater - Bundesverband freier Berater e.V." in der neuesten Ausgabe des vierteljährlichen Verbandsnewsletters. Themen sind unter anderem die Positionierung am Markt, Markenentwicklung, Empfehlungsmarketing und Akquise.

Kundengewinnung ist vielschichtig und fängt zwingend mit der eigenen Positionierung an. Eine fachliche Spezialisierung hebt von der Masse ab, erleichtert die zielgerichtete Kundenansprache und macht die gesamte Kommunikation glaubwürdiger, sagt KMU-Berater Matthias Brems von der Fachgruppe Marketing & Vertrieb des Verbandes. Die Internetseite sollte Lösungen für die wichtigsten Themen und Probleme der Zielgruppe anbieten. Darüber hinaus sei eine gute persönliche Vernetzung Pflicht. "Wichtig ist dabei immer: nicht irgendwelche Patentrezepte einfach übernehmen, sondern diejenigen auswählen, die Ihnen liegen und die Sie auch authentisch verkörpern können", empfiehlt Brems.

Die Positionierung am Markt ist Thema von KMU-Beraterin Simone Bull. Sie erläutert am Beispiel einzelner Berater und kleiner Beratungsgesellschaften, wie wichtig klare und eindeutige Merkmale sind, an die sich der Kunde erinnern kann. Ziel müsse daher sein, ein solches Soll-Bild, also die Markenidentität, des eigenen Unternehmens zu entwickeln. "Die klar definierte Marke stellt sicher, dass der Kunde sich an Ihr Unternehmen erinnert und schafft die Voraussetzung dafür, dass der Kunde Sie mit den richtigen Stichworten weiter empfiehlt", sagt Bull.

Welche Voraussetzungen gegeben sein müssen, damit KMU-Beraterinnen und -Berater von ihren zufriedenen Kunden weiterempfohlen werden, beschreibt Thomas Thier, Vorsitzender des KMU-Beraterverbandes. Drei Bedingungen sind laut seiner Analyse maßgeblich: Potentielle Empfehlungsgeber müssen ihrem Berater vertrauen, seine Dienstleistungen verstanden haben und in der Zielgruppe des Anbieters gut vernetzt sein. Diese Anforderungen gelten gleichermaßen für Empfehlungsmarketing unter Unternehmen.

Weitere Beiträge in den "KMU-Berater News 2014-02" beschäftigen sich mit dem "Inneren Team" als Grundlage für erfolgreiche Akquise-Gespräche, mit Neugier und Mut als Voraussetzungen für professionelle Netzwerkarbeit und mit Gesprächstechniken.

Weitere Informationen:

Die KMU-Berater - Bundesverband freier Berater e. V.
Fachgruppe Marketing & Vertrieb
Matthias Brems
Tel: 02181-756687-0 E-Mail: brems@kmu-berater.de

**Die KMU-Berater
Bundesverband freier Berater
e.V.**

**Presse-/ Öffentlichkeitsarbeit
Carl-Dietrich Sander**

Geschäftsstelle
Postfach 10 34 12
40025 Düsseldorf

Tel.: (0211) 3015633
Fax: (0211) 3015634

presse@kmu-berater.de
www.kmu-berater.de

Über den Verband:

Der Verband Die KMU-Berater – Bundesverband freier Berater e.V. ist ein überregional organisierter Zusammenschluss von freien Beratern für die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU). Die 160 Mitglieder sind spezialisiert auf die pragmatische Beratung und Betreuung der mittelständischen Unternehmer/innen.

Auf Basis klarer Aufnahme-kriterien und Beratungsgrundsätze sorgt der Verband für die Sicherung einer unabhängigen und qualifizierten Beratung.

Die Mitarbeit im Verband dient - dem Erfahrungsaustausch in Fach- und Regionalgruppen, - der Fort- und Weiterbildung über „Die KMU-Akademie e.V.“, - dem Entwickeln von Beratungskonzepten und Kooperationen.

Daraus ziehen die Berater und ihre Kunden gleichermaßen Nutzen. So wird durch Beratung konsequent und nachhaltig Erfolg für die Mandanten realisiert.

**Pressekontakt für
Die KMU-Berater -
Bundesverband freier Berater
e.V.**

Carl-Dietrich Sander
Erfstraße 78
41460 Neuss

Tel.: +49 2131 – 660413
Fax: +49 2131 – 660426
presse@kmu-berater.de