

Bereitschafts-Check: ausgelagerte Akquise

zwanzig Punkte in fünf Bereichen. Zum Abhaken, bevor Sie ausschreiben: Was hier offen bleibt, ist Vorarbeit im eigenen Haus, die kein Anbieter für Sie übernehmen kann.

01 Zielprofil

Ein zu grobes Zielprofil füllt der Anbieter mit der eigenen Vermutung, nicht mit Ihrer, deshalb muss es vor der Ausschreibung feststehen.

- ☐ Die Branche ist so eng beschrieben, dass ein Fremder sie anwenden kann.
- ☐ Die Größenspanne ist genannt, nicht nur „Mittelstand“.
- ☐ Die Zielperson ist eine Rolle, keine Abteilung.
- ☐ Es steht fest, was ein Kontakt nicht sein darf.

02 Datenbasis

Woher die Adressen kommen und wie sauber sie sind, zeigt sich sonst erst mitten in der Kampagne, wenn zum Nachsteuern keine Zeit mehr bleibt.

- ☐ Die Quelle der Adressen ist entschieden: eigener Bestand, Recherche oder Einkauf.
- ☐ Die Adressen sind geprüft, nicht geraten.
- ☐ Es ist geklärt, wer die Liste pflegt, während die Kampagne läuft.
- ☐ Der eigene Bestand ist ausgeschöpft, bevor neue Adressen gekauft werden.

03 Angebot

Ein Anbieter kann das Angebot am Telefon nur so gut vertreten, wie Sie es ihm vorher mitgeben.

- ☐ Es gibt einen Satz, der das Angebot ohne Rückfrage verständlich macht.
- ☐ Der Anlass für den Anruf ist benannt und nicht erfunden.
- ☐ Die drei häufigsten Einwände sind bekannt und beantwortet.
- ☐ Preisrahmen und Mindestabnahme sind intern entschieden.

04 Übergabe

Ein gelegter Termin ist wertlos, wenn er nirgends richtig ankommt, und genau dort verpufft sonst die Arbeit aus den ersten drei Bereichen.

- ☐ Es steht fest, wer den Termin annimmt und in welchem Kalender.
- ☐ Die Vorlaufzeit zwischen Terminlegung und Termin ist geklärt.
- ☐ Es gibt einen Weg, wie Absagen zurückgemeldet werden.
- ☐ Der Termin landet in einem System, nicht in einem Postfach.

05 Freigabe und Abbruch

Ohne festgelegte Freigabe und ein eigenes Abbruchkriterium läuft eine Kampagne weiter, auch wenn sich intern längst zeigt, dass sie nicht liefert.

- ☐ Es steht fest, wer im Haus die Ansprache freigibt.
- ☐ Die Erreichbarkeit des Fachvertriebs für Rückfragen ist geklärt.
- ☐ Das eigene Abbruchkriterium steht fest.
- ☐ Es ist entschieden, wer die Ergebnisse liest und darauf reagiert.