

Produktdschungel: So werden die Kunden auf Sie aufmerksam Das Gefunden werden zählt

APA



Der Markt ist unüberschaubar – doch mit der richtigen Strategie erhöhen Sie die Chance, dass Kunden auf Ihr Angebot aufmerksam werden

Warten auch Sie auf das Läuten des Telefones oder auf ein E-Mail neuer Kunden? Wer träumt nicht von hoffnungsvollen Anfragen für gute Geschäfte? Doch warum sollen diese Kunden ausgerechnet auf Sie aufmerksam werden und bei Ihnen anfragen? Womöglich erhält sogar gerade Ihr Wettbewerber jenen Anruf, den Sie sich schon lange wünschen. Damit interessierte Kunden Sie finden können, sollten Sie in den Schaufenstern Ihrer Branche auffallen.

Das Suchverhalten beachten

Damit Sie Ihre Chancen auf neue Anfragen erhöhen, sollten Sie sich zunächst in die Lage Ihrer Kunden versetzen.

- Welche Fachzeitschriften lesen diese?
- Sucht man Ihr Angebot eher im Telefonbuch oder in elektronischen Verzeichnissen?
- Welche Schlagwörter auf der Suche nach einem Partner in Ihrer Branche werden normalerweise verwendet?

Ihre Kunden werden es wissen. Fragen Sie doch einfach ihre letzten drei Neukunden, wie diese Sie gefunden haben.

Für breite Präsenz sorgen

Je nach Branche und benötigtem Angebot suchen Firmenkunden häufig im Telefonbuch, in Branchenverzeichnissen, in Suchmaschinen oder bei Verbänden. Meist ist

Ihr Auftritt eine Frage des Geldes. Eine Website scheint für viele daher eine kostengünstige Lösung. Doch diese nützt wenig, wenn man nicht darauf aufmerksam wird. Nur wer in den Suchmaschinen schnell gefunden wird, hat gute Chancen auf neue Kontakte über das Internet.

Die Funktionsweisen für Reihungen bei den Suchmaschinen sind unterschiedlich. Generell gilt: wer sich in alle relevanten Verzeichnisse einträgt und Suchwörter der Kunden berücksichtigt, erzielt einen optimalen Platz in der Reihe der Anbieter. Eintragungen sind häufig sogar kostenlos möglich.

Weil unterschiedliche Menschen meist auf verschiedene Art suchen, empfiehlt sich eine möglichst breite Präsenz. Je grösser die Anzahl Ihrer Eintragungen, desto höher sind auch die Erfolgchancen. Ist man einmal gefunden worden, zählt wie so oft im Leben der erste Eindruck. Dazu gehören ein professioneller Auftritt, einfache Informationen auf der Website, Seriösität und Sympathie. Können Sie dabei punkten, läutet vielleicht bald Ihr Telefon. Testen Sie selbst und suchen Sie nach Ihrem Angebot. Sie werden sehen, ob Sie sich selbst oder die Konkurrenz besser finden.

Gastbeitrag von Mag. Karl Loidhold, Chef von LCS Marketing Sales Services (www.lcs.at)