



AKQUISE FÜR DIE GUTE SACHE

TOP 10 DO'S & DON'TS

eBook für Sozialunternehmen & Impact Business

Video zum eBook:

<https://sales4good.org/danke-e-book>

Sales 4 Good

www.sales4good.org

Worum es in diesem eBook geht

Einleitung

Sozialunternehmen und alle Organisationen und Menschen, die sich im Gemeinwohl- und Purpose-Business Umfeld engagieren, möchten vor allem eines:

Mit innovativen Lösungen gesellschaftliche Probleme lösen und die Welt ein Stück weit zu einem besseren Ort für alle machen.

Sie möchten helfen. Sie möchten die Umwelt schützen, sie möchten unsere Wirtschaft und Gesellschaft enkeltauglich machen, Inklusion und Integration fördern, zu Demokratie und Menschenrechten beitragen oder ein anderes der 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen erreichen.

Dafür schlägt Ihr Herz, dafür investieren Sie Ihre Zeit.



Nicht verwunderlich ist es deshalb, daß für notwenige Tätigkeiten, wie die Akquise von neuen Kunden, Partnern, Projekten, Sponsoren oder Investoren im Alltag wenig Zeit, Aufmerksamkeit und Leidenschaft da ist.

Denn ist es nicht so, daß sich eine Gute Sache von alleine verkauft?

Die Antwort ist: ja und nein zugleich. Zum einen sprechen die Innovationen und Projekte der Sozialunternehmen in den allermeisten Fällen für sich und müssen scheinbar nicht aktiv verkauft, sondern nur einem breiten Publikum bekannt gemacht werden, passiert es doch immer wieder, daß es zu Vertragsabschlüssen kommt, ohne daß man viel Zeit und Mühe in den Akquiseprozess investiert hat.

Gleichzeitig kommt es in der Realität mindestens genau so oft vor, daß Kundenorganisationen, die man schon für sich gewonnen glaubte, im letzten Moment abspringen und Partnerschaften, die immens wichtig wären, doch nicht zustande kommen. Der Investor entscheidet erst einmal abzuwarten, die Stiftung erteilt den Zuschlag einem anderen Projekt. Besonders ärgerlich ist das, wenn man bereits viel Zeit in das Vorhaben investiert hatte!

Warum das so ist, wie man früher erkennen kann, ob es sich lohnt, in eine Chance Zeit und Geld zu investieren oder nicht und vor allem, wie man zu einer belastbaren und vertrauensvollen Zusammenarbeit kommt, lernst und erarbeitest Du im Implementierungsprogramm **Akquise für die Gute Sache** an drei konkreten Fällen aus Deinem Akquise Alltag.

Jeder Akquise-Fall ist inividuell und es gibt kein Geheimrezept, das in ein eBook passt, aber es gibt die oben erwähnte, erprobte, systematische Vorgehensweise, wie man schneller, effizienter und sicher zum Ziel kommt und damit sein Social und Impact Business nachhaltig skalieren kann. Mehr dazu findest Du unter www.sales4good.org

Hier im eBook hingegen gibt es die wichtigsten Fehler, die man generell bei der Akquise für die Gute Sache vermeiden sollte und es gibt hilfreiche Tipps für einen erfolgreichen Akquiseprozess.

Die
10 größten
Fehler bei der Akquise
für deine gute Sache

Sales 4 Good

01**INFORMATIONSFLOT**

Wer selbst zu viel redet, riskiert, sein Gegenüber entweder gleich (Geduld) oder im Prozess (aufgrund mangelndem Verständnis) zu verlieren. Besser: Offene Fragen stellen und aufmerksam zuhören!

02**DESINTERESSE**

Wer sich nicht für sein Gegenüber interessiert und aktiv zuhört, erfährt nicht, was diese(n) bewegt und was er oder sie wirklich will. Damit verfehlt man die passende Argumentation und hat verloren. Ausserdem ist das respektlos.

03**BLINDHEIT**

Wenn auch manchmal nur aus Enthusiasmus für die eigene Sache - wichtige Signale des Gegenüber werden oft nicht erkannt. Das ist unsympathisch, respektlos und wird meist bestraft.

04**ANGST**

Weit verbreitet ist die Scheu vor dem Erstkontakt, viel gravierender und teurer ist jedoch die Angst vor der Abschlussfrage! Diese kostet viel Zeit (und damit Geld = Opportunitätskosten!)

05**MANIPULATION**

Künstlicher Zeitdruck, künstliche Knappheit, Charm-Pricing, Salami-Taktik: alles unethische Manipulationsprinzipien, die bei der Ethischen Akquise von Impact und Purpose Business nicht nur inakzeptabel sind, sondern auch nicht nachhaltig.

06**SCHLECHTMACHEN**

Unethisch. Nie negativ über andere, immer nur positiv über die Vorteile und den Nutzen, den man selbst seinem Gegenüber bringen kann, sprechen. Andere Schlechtmachen habt Ihr nicht nötig. Sprecht gut über Euch.

07**ZU FRÜH ÜBER GELD REDEN**

Es gibt nur zwei Phasen, in denen Geld (Preis, Investment) eine Rolle spielt: Ganz am Anfang und ganz am Ende des Akquiseprozesses. Dazwischen ist es irrelevant, oft sogar kontraproduktiv!

08**BELEHREN**

Egal wie gut oder wie viel besser Du Dich auskennst als Dein Gegenüber - niemand möchte sich belehrt fühlen. Schon gleich gar nicht öffentlich, von einer fremden Person.

09**ÜBERVERKAUFEN**

Aus Begeisterung riskiert man oft, die Signale des inzwischen überzeugten Gegenübers zu übersehen und preist stattdessen weiter das eigene Angebot an. Dies wirkt aufdringlich und unangenehm und lässt Zweifel aufkommen.

10**FALSCHER ERWARTUNGEN SETZEN**

Fehlendes oder schlechtes Expectation Management: Falsche Erwartungshaltungen hervorzurufen ist kontraproduktiv für eine nachhaltige Beziehung und rächt sich auch für zukünftige Akquiseprojekte.

Wer denkt bei den Worten Akquise, Sales, Vertrieb oder Verkauf nicht an die Versicherungsvertreterin oder den Staubsaugerverkäufer, die einen zutexten? Der miese Ruf kommt nicht von ungefähr: viele (schlechte) Verkäufer*innen meinen, Sie müssten nur ausführlich über Ihr Produkt reden um den anderen zu überreden und es genüge, das eigene Produkt gut zu kennen.

Das ist falsch.

Gute Verkäufer*innen einer Idee, eines Produktes, einer Dienstleistung, eines Projektes oder einer Lösung hören erst einmal zu und stellen viele offene (W-)Fragen, um die aktuelle Ausgangssituation und die Anforderungen bestmöglich zu verstehen.

Sozialunternehmer*innen, die erfolgreich in der Akquise von Kundenorganisationen, von Partner*innenn, Investor*innen oder Sponsor*innen sind, verstehen vor allem die Interessen, Bedürfnisse, Schmerzen, Hoffnungen und Ängste derjenigen, denen Sie mit ihren Produkten und Lösungen weiterhelfen wollen und gehen aktiv auf diese ein.

Viele der oben aufgeführten Fehler (Fehler 1,2,3,5,8) beruhen auf der Missachtung des Menschen, de man doch mit der eigenen guten Sache weiterhelfen will.

Ehrliches Interesse am Gegenüber ist hier die Devise!

Die schlechte Nachricht: wenn man Menschen nicht mag, wird man sich immer durch den Akquiseprozess quälen und wahrscheinlich unerfolgreich sein. Doch zum Glück findet man im Social Business Umfeld meist genügend Gründer*innen und Teamkolleg*innen, die sich für andere Menschen interessieren.

Die gute Nachricht: alles andere kann man lernen!

So auch, die Fehler 4,6,7, 9 und 10 zu vermeiden.

10 Akquise-Tipps für deine gute Sache

Sales 4 Good

01

VORBEREITUNG

Vorbereitung ist 80% des Erfolgs. Immer gut auf Termine, Telefonate, Gespräche, Präsentationen und Verhandlungen vorbereiten. Das gebührt auch der Respekt vor dem Menschen mit dem man spricht.

02

FRAGEN STELLEN

Offene Fragen öffnen das Gespräch und Dein Gegenüber, bringen in Erfahrung, was für diesen/r relevant und in der potentiellen Zusammenarbeit wichtig ist.

03

WERTSCHÄTZEN

Dein Gegenüber (ehrlich und authentisch) wertschätzen, Mut machen, Chancen aufzeigen - all das trägt zur Bindung bei und bricht Dir keinen Zacke aus der Krone, oder?

04

AKTIV ZUHÖREN

Kennst Du die Technik des aktiven Zuhörens und wusstest Du, das diese die beste Methode ist, um Missverständnisse zu vermeiden? Lieber einmal zu viel mit eigenen Worten wiedergeben oder zweifelsfalls rückfragen, als zu wenig.

05

MEHRWERT BRINGEN

Bringe Deinem Gegenüber einen Mehrwert. Hilfe, unterstütze, kostenlos und uneigennützig, beruflich wie persönlich. Immer. Egal ob die Entscheidung für oder gegen Dein Angebot ausfällt.

06

ENTSCHEIDER KENNEN

Finde früh heraus, wer alles am Entscheidungsprozess beteiligt ist, wer der/die ursprüngliche Initiator*in war und wer letztendlich unterschreibt. Verstehe deren Interessen und Antriebskräfte. Nur so stellst Du sicher, dass Deine Lösung auch wirkt.

07

SO FRÜH WIE MÖGLICH

Finde so früh wie möglich heraus, ob Du wirklich einen Mehrwert liefern kannst, oder ob eine andere Option für den Kunden oder die Kundin besser wäre. Sonst verschwendest Du Zeit und "klammerst" anstatt zu helfen.

08

KUNDE IST KÖNIG

Der Nutzen Deines Angebots ist immer kunden-individuell, die Anforderungen berechtigt. Wenn Du keine dazu passenden Lösung hast - entwickle oder empfehle eine Alternative!

09

UNRAT VORBEIZIEHEN LASSEN

Wenn es zu Konflikten kommt, immer positiv bleiben. Zuhören, Verständnis haben, Verantwortung übernehmen, nicht rückblickend darauf eingehen, sondern konstruktiv in die Zukunft schauen.

10

FEEDBACK

Offene und ehrliche Feedbacks als Geschenk betrachten und aktiv um diese bitten. Mit dem richtigen Ohr zuhören. Nicht rechtfertigen oder disputieren, sondern für Dich entscheiden, was Du damit machst.

Auf den Anderen zugehen, sich für diese(n) interessieren, auf dessen oder deren Bedürfnisse eingehen, ihn oder sie akzeptieren und wertschätzen, nützlich sein und helfen.

Dies fasst die meisten der 10 Top Tipps zusammen.

Dennoch möchten wir an dieser Stelle noch auf einzelne Punkte hinweisen, so zum Beispiel auf den Punkt **VORBEREITUNG**. Oft werden wir nach Tipps für die erste Ansprache eines potentiellen Kunden, Partner oder Investor gefragt. Wichtig ist eine gute Vorbereitung (80%), einem ehrlichen Interesse am Anderen und Mut, Fragen zu stellen und einem knackigen und Elevator Pitch, der geübt werden kann.

Zur Vorbereitung auf das erste Gespräch gibt es im Akquise-für-die-Gute-Sache Implementierungsprogramm eine **Checkliste** und im Rahmen der Gruppencoachings üben wir das dort auch. Gute Vorbereitung auf Termine schliesst immer auch die Vorbereitung auf die Organisation und die Ansprechpartner*innen des Gegenübers mit ein, nicht nur die Vorbereitung der eigenen Präsentation.

Ebenso wichtig ist es auch, so früh wie möglich die **ENTSCHEIDER*INNEN** zu kennen. Sonst riskiert man wochen- oder auch monatelang, die Interessen des oder der eigentlichen Entscheider nicht zu berücksichtigen. Was sich am Ende als fatal herausstellen kann. Dann hat man Zeit und schlimmstenfalls sogar Geld verloren. Zeit, die man anderen Akquiseprojekten hätte widmen können.

Deshalb ist es auch so wichtig, zum richtigen Zeitpunkt die "Abschlussfrage" zu stellen:

- Was fehlt zur Entscheidung für eine Zusammenarbeit?
- Etwas präziser: Was fehlt noch in Ihrem Entscheidungsprozess, damit Sie mir einen Auftrag erteilen (den Partnervertrag oder das Investmentsheet unterschreiben).

Zum Abschluss noch ein paar Worte zum Tipp, **SO FRÜH WIE MÖGLICH**. So früh wie möglich herausfinden, ob Ihr zueinander passt ist sehr wichtig, denn ein ethischer Vertriebsansatz gebietet, nur dann zu verkaufen, wenn wir dieser Kundenorganisation einen echten Nutzen bringen und durch unsere Angebote eine positive Wirkung erzeugen. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass wenn wir gemeinsam mit dem Kunden herausfinden, dass unsere Lösung nicht die beste für diesen ist, wir uns dann zurückziehen und vielleicht sogar eine Alternative empfehlen. Wenn wir hierzu zu lange brauchen, erhöht sich das Risiko enorm, dass wir dann doch nicht die ganze Wahrheit erzählen, doch nicht transparent sind, doch anfangen zu Manipulieren, um zu einem Abschluss zu kommen, denn wir haben ja schon so viel investiert.

Es gibt aber noch einen zweiten Hinweis zum Thema **SO FRÜH WIE MÖGLICH**: Wer mit größeren Organisationen zu tun hat weiss, daß es in diesen meist viel Bewegung gibt. Menschen kommen und gehen, bekommen neue Aufgaben, Prioritäten und Budgets werden verschoben, Vorgaben angepasst. Je länger sich eine Entscheidung verzögert, desto höher das Risiko, daß diejenigen, die bereits von Deiner Story überzeugt sind, nicht mehr in der gleichen Rolle sind oder andere Prioritäten bekommen haben. Wir möchten Dich nicht erschrecken, aber die Wahrscheinlichkeit liegt gerade in größeren Organisationen nach 3 Monaten bei 10%, nach 9 Monaten bereits bei 30% und nach einem Jahr bei 50%! Die Zeit spielt also fast immer gegen Dich. Deshalb: lieber zügig einen kleinen ersten Nutzen bringen, als auf den großen Auftrag zu warten. Lieber Dir eine Nische suchen und mit anderen Anbietern kooperieren, als auf den großen Auftrag zu warten.

Hoffentlich konnte Dir dieses kleine eBook ein wenig weiterhelfen.

Es kann nur eine Anregung zur Reflektion Deines bisherigen Akquiseprozesses sein, vielleicht auch eine Gedächtnisstütze für die Beobachtung und Durchführung Deiner nächsten Akquisegespräche.

Auf der Seite <http://www.sales4good.org> gibt es weitere Anregungen, Checklisten zum Download, Blogartikel, Onlineworkshops, Coaching Pakete, Arbeitsvorlagen uvm. für Deine erfolgreiche Akquise von Geschäftskunden, Partnern, Investoren, Fundern.

Darüber hinaus gibt es Angebote zur schnellen Hilfe und unser speziell für gemeinwohlorientierte Unternehmen konzipiertes Implementierungsprogramm Akquise-für-die-Gute-Sache, in dem Du an mehreren konkreten Akquiseprojekten aus Deinem Alltag arbeitest. Dabei wird viel geübt, vor allem in Rollenspielen, denn am meisten lernt man durch Erfahrung und durch das Privileg, sich in einem geschützten Raum ausprobieren zu dürfen.

Sag uns: Was war für hilfreich, was weniger? Über ein **Feedback zum eBook** würden wir uns sehr freuen!

Zum Abschluss wünschen wir Dir noch eine erfolgreiche Akquise für Deine gute Sache in den kommenden Wochen! Am besten, Du **lädtst Dir gleich dazu die Checkliste Akquise für die Gute Sache dazu herunter.**

Andrea Mörike & Simon Lühr

P.S. Zur generellen Einordnung dieses eBooks haben wir ein **Video für Dich** aufgezeichnet, mit den Herausforderungen von Sozialunternehmer*innen im Bereich Finanzierung durch Sales & Akquise, sowie den Lösungsansätzen dazu.

<https://sales4good.org/danke-e-book>

Sales 4 Good