

Ing. Schönberg Christian

Einzelpreis: kostenlos

Softwareentwicklung



Ing. SCHÖNBERG Christian *
Softwareentwicklung

Schallermühle 6/5,

A-4844 Regau

christian@schoenberg.co.at

*) Einzelunternehmen
SCHÖNBERG gegründet 2002
© 2002 – 2014

[Impressum hier klicken](#)

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Neukundengewinnung:

Klarerweise braucht ein Unternehmen **Kunden**. Und damit das Unternehmen auch einen **Gewinn erzielen** kann, müssen Kunden auch bereit sein, für die angebotenen **Produkte** und/oder **Dienstleistungen** zu **bezahlen**. Jene Maßnahmen, mit denen ein Unternehmen versucht Kunden zu gewinnen, werden auch **Akquise** genannt.



Der Prozess der **Kundengewinnung** gelingt aber zumeist nicht von heute auf morgen, sondern ist ein **langfristiger Prozess**. Als positiver Effekt ergibt sich oftmals, dass die Zeit, sowie sonstige Aufwendungen nur mehr für Kunden eingesetzt wird, die letztendlich für die Produkte bzw. Dienstleistungen auch entsprechend bezahlen und es zu einer **langfristigen Geschäftsbeziehung** kommt. Positiv in Bezug auf Geschäftsabschlüsse wirkt sich zumeist eine Verbesserung des **Angebots** aus, dass den potentiellen Kunden unterbreitet wird. Ziel ist es, das sowohl das Unternehmen, als auch der oder die Kunden einen **Nutzen** aufgrund der Geschäftsbeziehung ziehen können und so zu einer **Kundenzufriedenheit** führt.

Eine **langfristige Geschäftsbeziehung** bedeutet, dass aus der einmaligen Kundenbeziehung **weitere Umsätze** erzielt werden können.

Strategien:

Bei den Strategien zu Kundengewinnung gibt es grundsätzlich **zwei Formen**:

- **Stimulierungsstrategie**: dabei wird vom Werbetreibenden versucht, die **Aufmerksamkeit** und das **Interesse** der Kunden zu **gewinnen**, dessen Ziel eine Geschäftsbeziehung ist

- **Überzeugungsstrategie**: dabei **vermittelt** der Unternehmer sein **Angebot**, bzw. die speziellen Fähigkeiten und Kenntnisse, die den **Anforderungen** und Bedürfnissen des Kunden **entsprechen** sollen

Eine wesentliche Herausforderung besteht darin, **Produkte** bzw. **Dienstleistungen kundenspezifisch** zu erstellen. Dazu sind vor allem Kenntnisse über **potentielle Kunden** bzw. deren Geschäftstätigkeiten notwendig. Oftmals erfolgt die Kundengewinnung aber auch durch den Kauf von sogenannten **Leads** (Datensätze mit Adressen, Kontaktdaten, usw.), wobei hier vor allem rechtliche Rahmenbedingungen zu berücksichtigen sind.

Weitere kostenlose Ebooks:

Unter der Webseite:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Kanäle, Möglichkeiten

Wichtige Fragen

Online-Marketing

Ing. Schönberg Christian

Weitere tolle und kostenlose
Softwaretools unter:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Kanäle und Möglichkeiten:

Dabei gibt es grundsätzlich **2 Methoden**:

die **Push-Methode(n)**: dabei werden Produkte und Dienstleistungen durch Vertriebs- und Marketingmaßnahmen in den Markt "gedrückt". Diese Methoden verlieren aufgrund negativer Reaktionen an Bedeutung.

Beispiele von **Push-Methoden** sind:

- Kundendirektwerbung an öffentlichen Orten durch direkte Ansprache
- Vertreterbesuche, die nicht angefordert wurden
- Kaltakquise durch Telefonanrufe
- Werbematerial durch Postsendung (Mailings)

die **Pull-Methode(n)**: hierbei wird eine Nachfrage stimuliert, wodurch ein "**Nachfragesog**" entstehen soll. Die Bedeutung dieser Methoden ist zunehmend.

Beispiele von **Pull-Methoden** sind:

- Flyer-, Rundfunk-, Plakatwerbung
- Kino- und Fernsehwerbung
- Anzeigen in Zeitschriften
- **Online-Marketing** (Webseiten und Blogs), Suchmaschinenoptimierung, usw.

Kanäle und Möglichkeiten:

-Push-Methoden: Marketing-Maßnahmen in den Markt gedrückt.

-Pull-Methoden: Nachfrage stimuliert

Weitere kostenlose Ebooks:

Unter der Webseite:

<http://schoenberg.co.at/blog-software>

Wichtige Fragen bei der Kundengewinnung:

- wie erfolgt der **erste Kontakt** mit Kunden der vorher definierten Zielgruppe?
- wie kann der **Aufbau** der **Kundenbeziehung** erfolgen?
- welche **Angebote** zu welchen **Konditionen** kann den Kunden unterbreitet werden?
- Wie erfolgt der **Geschäftsabschluss**?

Einsatz von Onlinemarketing:

Dabei werden auf **Webseiten** bzw. **Blogs** von Unternehmen die **Werbebotschaften** an den Besucher gerichtet. Hierbei ruft der potentielle Kunde die Informationen aktiv von der Webseite des Unternehmers ab und bekundet damit bereits sein **Interesse**.

Daher ist dies der **Pull-Methode** zu zuordnen. Damit ist **Online-Marketing** ein sehr **effektives Werkzeug** bezüglich Neukundengewinnung, wobei auch die **Kosten** für diese zumeist **relativ gering** sind.

FAZIT: Da ein Unternehmen, Selbständiger, usw. zahlungswillige Kunden benötigt, ist die Neukundengewinnung fast immer notwendig, sofern nicht bereits ein ausreichender Kundenstock vorhanden ist.

SCHÖNBERG
Softwareentwicklung



<http://schoenberg.company>