

"50 Fragen zur Analyse des eigenen Erfolges"

Zur Vorbereitung auf das Intensiv-Seminar „Erfolg durch Akquise“ sollen Ihnen die folgenden fünfzig Fragen Transparenz in Ihr Geschäftsfeld bringen. Bevor Sie mit der Beantwortung beginnen, legen Sie fest wieviel Zeit Sie sich dafür nehmen wollen. Manche Fragen ähneln sich. Sie sollen helfen die Perspektiven der Betrachtung zu variieren. Die Fragen, die Ihr Geschäftsfeld nicht betreffen, lassen Sie einfach aus. Nehmen Sie die Haltung eines Forschers an, der ein interessantes Gebiet erforschen will. Ihre Erkenntnisse sind für Ihre zukünftigen Maßnahmen hilfreich.

1. Wie fing das mit meinem Geschäft eigentlich an (welche Motivation, welches Ereignis, welche Zielsetzung und wo stehe ich heute?)
2. Als ich am Anfang stand, woher kamen da meine Kunden (welches Verfahren, welche Methode oder Aktion benutzte ich)?
3. Warum haben die Kunden anfangs mich gebucht? Warum buchen sie mich jetzt?
4. Mit welcher Methode, Kunden zu gewinnen, habe ich mein Geschäft aufgebaut?
5. Mit welcher Marketing oder Verkaufsstrategie habe ich die meisten Kunden gewonnen? Wieviel Prozent des Geschäfts mache ich damit?
6. Probiere ich verschiedene Aspekte meiner Marketing oder Verkaufsaktivitäten aus, um sicherzugehen, dass ich damit die besten und gewinnträchtigsten Ergebnisse erziele?
7. Wie gut ist der Kontakt zu meinen Kunden auf der Geschäftsebene? Hake ich nach? Was tue ich konkret zur Kontaktpflege?

8. Welche längerfristigen Akquisitionsbemühungen stelle ich im Moment an? Wie unterscheiden sich diese Funktionen von denen, die ich zu Beginn meiner Geschäftskarriere einsetzte?

9. Woher genau kommen meine Kunden (Umfragen)?
10. Wäre es leichter, mehr neue Kunden zu akquirieren oder mehr Geld durch die derzeitigen Kunden zu verdienen, und warum?

11. Wer profitiert ausserdem von meinem Erfolg, ausser meinen Kunden, Angestellten und Familienmitgliedern?

12. Wieviele meiner Lieferanten wären motiviert, mir bei der Erweiterung meines Geschäfts zu helfen? Welchen Nutzen könnten sie daraus ziehen?

13. Wenn ich einen neuen Kunden für mein Geschäft gewinne, für wen habe ich dann ausserdem direkt einen neuen Kunden gewonnen? Welche Möglichkeiten der ergänzenden Vernetzung nutze ich?

14. Beschreiben Sie ausführlich Ihren Geschäftsbereich (was Sie anbieten, wie Sie es anbieten, und an wen Sie anbieten - Industriezweig, kommerzieller Bereich oder konkrete Nische).

15. Welche Geschäftsphilosophie habe ich in Bezug auf meine Kunden? Wie lautet sie?

16. Inwiefern haben sich meine Geschäftsmethoden oder die Produkt- bzw. Dienstleistungslinien seit Beginn meiner Geschäftstätigkeit verändert?

17. Wie sehen die Umsatzzahlen pro Mitarbeiter in meiner Branche aus? Liegen sie über oder unter oder im Durchschnitt?

18. Was ist der "Lebenszeit-Wert" meines typischen Kunden (d.h., wie viele Einkünfte wird er mir bringen, solange er mein Kunde ist)? Legen Sie den Wert intuitiv fest.

19. Was ist meine bisher ärgste Kundenreklamation und wie gehe ich damit um?

20. Warum buchen meine Kunden mich? Was unterscheidet meine Leistung und/oder mein Service von dem der Konkurrenz? Stelle ich diese Einzigartigkeit von Service entsprechend heraus? Wie mache ich das?

21. Ist das Betonen der Einzigartigkeit von Service immer Thema meiner Marketing- und Verkaufsbemühungen? Wenn ja, inwiefern, und wenn nicht, warum nicht?

22. Beschreiben Sie kurz Ihr Marketingprogramm oder Ihren Marketingmix (alle verschiedenen Marketing-Arten, die Sie einsetzen, und ihre Verknüpfung untereinander - d.h. Verkaufsbriefe/Direktmail, Repräsentanzen (Designerdock, Context-Marketing, Freelance Hotline u.a.), Empfehlungsmarketing, Gelbe Seiten, Red Box, Medien-Handbuch, Berufsverband, Internet-Plattformen)

23. Wer sind meine grössten Konkurrenten und was bieten sie, was ich nicht biete?

24. Welche Schritte unternehme ich, um ihren Vorteil wettzumachen? Funktionieren sie?

25. Was ist der grösste Schwachpunkt meiner Konkurrenz, und wie nutze ich diese Schwäche konkret aus?

26. Was wollen meine Kunden wirklich? (Seien Sie konkret, antworten Sie nicht einfach mit: "eine

saubere Leistung".) Wie kann ich das in Erfahrung bringen?

27. Buchen meine Kunden ausschliesslich bei mir oder auch bei meinen Mitwettbewerbern? Was kann ich tun, um mit ihnen den überwiegenden Teil ihrer Geschäfte abzuwickeln?

28. Was ist mein Marktpotenzial und mein derzeitiger Anteil an diesem Markt?

29. Was kostet es mich, einen neuen Kunden zu gewinnen? (D.h., wenn ich eine Anzeige schalten würde, die z.B. 1000 _ kostet, und ich damit zwei neue Kunden bekäme, hätte ich Kosten in Höhe von 500 _r pro Kunde.)

30. Was ist meine grösste und beste Quelle für neue Geschäftsideen? Tue ich alles Mögliche, um dieses Geschäft zu festigen? Was könnte ich zusätzlich tun?

31. Was war bisher mein grösster Marketingerfolg (definiert als konkrete Werbekampagne, Verkaufsbrief usw.)?

32. Was ist heute mein grösstes Marketingproblem bzw. meine grösste Herausforderung? (Beschreiben Sie dies in seiner Gesamtheit so deutlich und direkt wie möglich, und vergessen Sie nicht, welche persönlichen, finanziellen und geschäftlichen Folgen dies haben könnte.)

33. Wie viele Versuche brauche ich, um meinen Kunden dazu zu bringen, mit mir eine Geschäftsbeziehung einzugehen?

34. Gibt es nach einem Erstauftrag systematische, formale Methoden, mit deren Hilfe ich mit meinen Kunden kommuniziere? Welche Systematik wäre für mich sinnvoll?

35. Verfüge ich über genügend Kundenreferenzen, und gibt es ein etabliertes System, Kunden zu gewinnen? Sind die Referenzen schriftlich festgehalten, und wie setze ich sie für mein Marketing ein?

36. Betreibe ich aktiv Empfehlungsgeschäfte? Gebe ich selbst auch Empfehlungen weiter?

37. Habe ich schon einmal versucht, meine früheren Kunden und Interessenten an die Konkurrenz zu verkaufen?

38. Habe ich schon einmal versucht, eine Liste meiner nicht überzeugten Interessenten an die Konkurrenz zu verkaufen?

39. Bemühe ich mich ausdauernd, von meinen Kunden zu erfahren, was meine Firma tut, um ihnen zu helfen?

40. Wie versuche ich, meine Kunden lange an mich zu binden? (alle Maßnahmen aufzählen und nach Erfolg qualifizieren. 1 für sehr erfolgreich und 6 für erfolglos)

41. Muss ich mit Erstkunden mein Geld verdienen, oder bin ich mit Wiederverkäufern zufrieden?

42. Tausche ich meine Produkte, Dienstleistungen oder Trümpfe mit anderen Unternehmen gegen deren Produkte, Dienstleistungen oder Trümpfe?

43. Welche Garantie gebe ich meinen Kunden, und wie sieht dies im Hinblick auf meine Konkurrenten oder das aus, was die Industrie allgemein zu bieten hat?

44. Welche Kunden haben die Geschäftsbeziehung mit mir aufgelöst? Und aus welchen Gründen?

45. Wie komme ich an die Namen, Adressen und Telefonnummern all meiner Kunden und möglichen

Interessenten? Verwende ich sie in meinen Marketingprogrammen?

46. Welchen Betrag umfassen meine Aufträge im Durchschnitt, und wie kann ich diesen Betrag erhöhen?

47. Wie hoch ist der durchschnittliche Wert eines Erstauftrags?

48. Woher bekomme ich die Namen und Adressen meiner Zielgruppen?

49. Wie sieht mein geschäftlicher Energiekreislauf aus? Wo setze ich Energie ein, wo verliere ich Energie, wie halte ich das System am laufen?

50. Mit welchen Leistungen machen ich meinen größten Umsatz? Mit welchen Kunden mache ich meinen größten Umsatz?

(frei adaptiert aus: "Power-Marketing mit kleinem Budget")

Diese Arbeitshilfe ist vertraulich und nur für Sie bestimmt. Copyright © September 2003 bei "Donder-Seminar", Hamburg.
mail@AndreasDonder.de
FON: 040/4107506