

**D**ie Neukundengewinnung über das Internet stellt gerade Einzelunternehmer und Freiberufler vor eine große Herausforderung. Coaches, Berater und Dienstleister finden im engen Terminplan wenig Zeit, um einzigartige Strategien zur Akquise zu entwickeln, pauschale und einfache Werbemaßnahmen sorgen hingegen für wenig Aufmerksamkeit. Wir haben mit Halil Eskitürk als Experten für die Neukundengewinnung im Internet gesprochen, der neue Wege passend zu Zielgruppe und Branche aufzeigt.

**Halil, auf welcher Plattform funktioniert nach deiner Erfahrung die Neukundengewinnung online am besten?**

Pauschal lässt sich dies leider nicht sagen, aber einfache Informationen zur Zielgruppe helfen. Sollen eher B2B- oder B2C- Kunden angesprochen werden? Wie alt ist der typische Kundenkreis und wo hält sich dieser bevorzugt im Internet auf? Für den Einstieg sind Facebook und Instagram hervorragend geeignet, egal ob Großkonzern oder kleiner Handwerksbetrieb vom Dorf. Letztlich kommt es natürlich auch auf das verfügbare Budget an.

**Und dieses möchte niemand für unkoordinierte Werbemaßnahmen im Netz verpulvern. Was sind die größten Fehler, die Unternehmer vermeiden sollten?**

Unerlässlich ist es, die eigene Zielgruppe exakt zu kennen und auf den richtigen Kanälen online anzusprechen. Selbst mit einem schlechten Angebot an die richtige Zielgruppe lassen sich noch eher Erfolge verzeichnen als mit einem Top-Angebot an die falsche Zielgruppe. Richtige Angebote passend zur Zielgruppe auszuarbeiten und die richtige Werbeansprache zu wählen, ist die absolute Grundlage.

Ein weiterer Fehler ist, eine einfache Werbemaßnahme mit einer richtigen Strategie zu verwechseln. Nur auf die „Beitrag bewerben“-Funktion von Facebook oder Instagram zu vertrauen, ist der schnellste Weg, um sein Werbebudget zu

verbrennen. Sinnvoller ist es, zunächst ein Problem des potenziellen Kunden zu lösen, beispielsweise durch ein Video oder einen Blog-Artikel. Hiernach ist nach meiner Erfahrung die Bereitschaft deutlich größer, ein Angebot anzunehmen.

Für mich ist das kostenlose Beratungs- und Strategieggespräch mit Interessenten immer der beste Einstieg. Oft entsteht erst im Gespräch ein Bewusstsein, wie man der Zielgruppe individuell helfen kann und welches Angebot hieran am besten anschließt. Aufgrund des hohen Zeitaufwandes empfehle ich die Gespräche jedoch nur bei hochpreisigen Produkten und Services. **Du sprichst Videos oder Blog-Artikel als**

»Erfolg im Internet wird geplant und geschieht nicht zufällig!«

**Vorbereitung auf ein Angebot an. Gibt es generell eine oder mehrere Strategien, die deiner Meinung nach am besten funktionieren?**

Hierfür fließen zu viele Faktoren in die jeweilige Strategie ein, um es zu pauschalisieren. Beispielsweise die Firmenbranche, die Erwartungshaltung der Zielgruppe und natürlich der Preis. Bei der Beratung von Coaches und ähnlichen Dienstleistern funktioniert folgende Strategie bei hochpreisigen Produkten aktuell sehr gut: Mit einer guten Werbeanzeige sollten Interessenten auf eine Landingpage geführt werden. Diese bietet genügend Platz, um auf ein Problem des Interessenten einzugehen, das Bewusstsein für die Problemsituation auszuarbeiten und einen ersten, groben Lösungsansatz anzubieten. Als Call-to-Action sollte ein kostenloses Beratungsgespräch gesetzt werden, für das man sich allerdings bewerben muss. Dies ist entscheidend, um wirklich ernsthafte Interessenten herauszufiltern und sich viel Zeit und Mühe zu ersparen. Das Framing zeigt außerdem potenziellen Interessenten, dass nicht jeder einfach ein Gespräch erhält.

**Reicht das Gefühl der Exklusivität denn bereits aus, um einen Interessenten zeitnah in einen Lead zu verwandeln?**

Der obige Ansatz reicht alleine noch nicht, wobei du einen Knackpunkt ansprichst, den viele herauslassen oder schlichtweg falsch machen. Viele verzichten auf eine Vorqualifizierung, wobei genau diese den Eindruck der Exklusivität noch steigert. Man selbst sollte seinen Expertenstatus aufrechterhalten und stattdessen einen „Türsteher“ vorschicken, wie ich es gerne nenne. Ich arbeite nach dem gleichen Prinzip, früher mit meiner Frau und heute mit meiner neuen Mitarbeiterin als „Türsteherin“. Sie sorgt für eine Filterfunktion, um nur die richtigen Interessenten für ein kostenloses Beratungsgespräch zuzulassen. Schließlich hat kein Unternehmer Zeit mit Interessenten zu verschwenden, die letztlich doch nicht für den „VIP-Club“ qualifiziert sind.

**Wie genau läuft die Vorqualifizierung ab, worauf sollten Unternehmer achten?**

Im Vorgespräch sollten die aktuelle Situation inklusive bestehender Probleme sowie die Wunschsituation oder Zielsetzung angesprochen werden. Für ein Coaching-Projekt ist der Zeitrahmen wichtig, natürlich ist auch der Budgetrahmen ein Thema. Eine erfolgreiche Vorqualifizierung ist dann für den Unternehmer oder Coach wie ein Elfmeter im Fußball: Der Interessent ist bestens vorqualifiziert, der eigene Status als Experte ist gefestigt und auch Themen wie Budget oder die Entscheider-Situation seitens des Kunden sind keine Ausreden mehr. Das Beratungsgespräch stellt dann die exakte Lösung vor und unterbreitet dem Kunden ein Angebot, das er nicht mehr ausschlagen kann.

**Und das Prinzip ist firmen- und branchenübergreifend geeignet?**

Die vorgestellte Herangehensweise eignet sich hervorragend für Dienstleister. Für das klassische Gewerbe vor Ort, beispielsweise ein Autohaus, ist die Strategie

trotz des „hochpreisigen“ Sektors weniger geeignet. Hier funktionieren andere Strategien besser. Ich habe auch schon Fälle von qualifizierten Probefahrt-Leads für weniger als fünf Euro erlebt.

**Stichwort Lead-Generierung – wie gehen Dienstleister hier am sinnvollsten vor?**

Ja, das ist eine der häufigsten Fragen, die ich gestellt bekomme. Die günstigsten Leads gibt es beim Blättern durch das Telefonbuch oder durch zahllose Sucheingaben bei Google. Doch dies nimmt viel Zeit in Anspruch und ist damit bares Geld wert. Geht es um qualifizierte Leads, sollte der Leadpreis während der Akquisition eher zweitrangig sein. Unternehmer sollten eher herausfinden, welchen Wert der Kunde im Durchschnitt über eine angestrebte Gesamtlaufzeit mitbringt. Als Nebeneffekt spricht der gewonnene Lead außerdem Empfehlungen aus, wenn ihn das Angebot überzeugt hat. Mit etwas Erfahrung und Recherche lässt sich ein solcher Kundenwert einfach ermitteln. Der Lead darf also gerne etwas kosten, solange er weiterhin profitabel ist. Gerade bei einer großen Konkurrenz ist die Lead-Generierung eher als Spiel zu verstehen. Das Ziel des Spiels heißt: Wer ist in der Lage, am meisten für einen Kunden auszugeben und dennoch profitabel zu bleiben?

**Gibt es für dich einige typische Stellschrauben, mit denen sich die Chancen auf eine Kundengewinnung steigern lassen?**

Für mich gibt es drei wesentliche Stellschrauben, wobei die meisten Kunden ohne Beratung schon beim ersten Punkt scheitern. Zuerst gilt es, die eigene Sichtbarkeit zu erhöhen und dabei nicht blinde Werbeaktionen für die Masse durchzuführen. Die Konzentration muss auf der Lead-Generierung liegen und dies setzt ein wenig Recherche von der idealen Zielgruppe bis zum akzeptablen Profitbereich voraus.

Die zweite Stellschraube ist, gewonnene Leads systematisch zu bearbeiten. CRM ist ein komplexes Schlagwort, doch schon für die kleinsten Unternehmer lohnt es, mit technischer Hilfe einen Überblick über den Kundenstamm zu behalten und das volle Potenzial aus sämtlichen Leads

herauszuholen. Der Punkt wird häufig unterschätzt, was auch für mich in meinen absoluten Anfangszeiten galt.

Die dritte Stellschraube: Unternehmen müssen lernen, richtig zu verkaufen. Selbst die besten Leads und das beste System bringen langfristig nichts, wenn keine lohnenswerten und professionellen Verkaufsgespräche zustande kommen. Hier ist eine Weiterbildung, beispielsweise durch ein gezieltes Coaching, ein wichtiger Schritt für einen langfristigen und dauerhaften Erfolg.

**Halil Eskitürk, danke für das Gespräch! Wenn unsere Leser neugierig geworden sind und konkrete Hilfe für ihr Unternehmen wünschen, wie können sie dich erreichen?**

Online bin ich unter halileskituerk.de zu finden, wo sich Interessenten gerne für ein kostenloses Beratungsgespräch bewerben können. Nach der angesprochenen Vorqualifizierung zeige ich Interessenten gerne, wie einfach sich die Neukundengewinnung im Internet heutzutage gestaltet und welche Strategie in der eigenen Situation am besten geeignet ist.

