



Der Berufsverband  
für Trainer, Berater  
und Coaches

# News & Facts

## **„Es muss besonders sein...“ – wie eine Akquise wirklich funktioniert und was Personalentwickler überzeugt**

von Carsten Böhm, Leiter der Fachgruppe Akquise im BDVT

Akquise, insbesondere Kaltakquise, ist bei unternehmerisch tätigen Trainern und Coaches meist so beliebt wie Fußpilz. Sie ist langwierig, nicht ausreichend Erfolg versprechend, mit viel Rechercheaufwand verbunden und kratzt am eigenen Selbstbewusstsein.

Ruth Weber ist Personalentwicklerin bei der Firma Brüninghoff GmbH & Co. KG. Im Interview mit Carsten Böhm, dem Leiter der Fachgruppe Akquise des BDVT, verrät sie, was beim Akquisevorgehen wichtig ist und wie Personalierer wirklich ticken.

### **Was können Sie über sich und ihre Tätigkeit erzählen?**

„Ich bin seit über 20 Jahren im Personalbereich tätig. Seit ungefähr 13 Jahren auch in der Personalleitung. Mein derzeitiger Schwerpunkt ist die Personalentwicklung. Ich bin gleichzeitig interne Trainerin und kaufe auch extern Personaldienstleistungen, also Trainer und Coaches, ein.“

**Für uns Trainer ist es immer eine Herausforderung, wenn wir mit Personalentwicklern zu tun haben. Es stellt sich die Frage: Was denken Personalentwickler wirklich, wenn ihnen ein Angebot unterbreitet wird und was müssen Trainer und Coaches bei der Abgabe eines Angebotes beachten?**

„Personalentwickler sind ja sowieso ganz schreckliche Menschen, dazu gehöre ich vielleicht auch (lacht) und dann noch gleichzeitig Trainerin. Das macht es für externe Trainer sicherlich sehr schwer mir ein Angebot zu unterbreiten. Mir ist es langweilig den typischen Flyer zu bekommen, der am Ende sowieso nur in meinem Mülleimer landet. Ich schaue kurz drauf und werfe ihn weg, wenn ich es nicht kenne. Manchmal erhalte ich auch Hochglanzbücher, bei denen ich denke „Mensch, haben die viel Knete, dass sie mir so etwas schicken können“. Am Ende landet dieses dann auch im Müll, da ich denke es ist einfach zu überzogen. Für mich ist es wichtig, den Ansprechpartner zu kennen. Es ist toll, jemanden vorher kennengelernt zu haben - nur dann schaue ich auch mal in den Flyer hinein und lege ihn vielleicht zur Seite. Wenn es mal etwas Außergewöhnliches ist, dann interessiert es mich sehr.“



Der Berufsverband  
für Trainer, Berater  
und Coaches

# News & Facts

## **Auf welchen Veranstaltungen kann man mit Ihnen und anderen Personalentwicklern ins Gespräch kommen und Sie kennenlernen?**

„Es gibt in verschiedenen Städten Personalforen, die von Unternehmerverbänden, IHKs, Handwerkskammern organisiert werden. Auch an Veranstaltungen wie dem Unternehmerfrühstück oder Firmenbesichtigungen von Unternehmerverbänden nehme ich teil. Es sollte das Thema „Personal“ vertreten sein, dann trifft man mich und andere Personalierer.“

## **In der heutigen Zeit spielen Social Media Kanäle eine sehr große Rolle. Wie nutzen Sie dieses Angebot um Trainer zu finden oder sich über Trainer zu informieren? Welche Rolle spielt Social Media für Sie?**

„Vor meiner Zeit als Trainerin kannte ich den BDVT noch nicht, sonst hätte ich dort nach Trainern recherchiert. Ansonsten kann ich mir aber nur schwer vorstellen, über Facebook nach Trainern zu suchen, eher würde ich über Xing nach passenden Trainern suchen.“

## **Was würden Sie sich für die Zukunft an Angeboten wünschen oder was wäre für Sie ansprechend?**

„Es muss was ganz Besonderes sein. Etwas, was mich neugierig macht und eventuell nicht gleich verrät, worum es sich handelt. Es könnte auch etwas sein, was mitgeschickt wurde und mich anspricht. Ein persönlicher Anruf des Trainers ist für mich sehr wichtig. Er sollte sein Wissen über mein Unternehmen im Gespräch präsentieren. Ich möchte niemanden, der ein Telefonverkauf führt.“

## **Welche Tipps haben Sie noch für uns Trainer und Coaches?**

„Ein persönlicher Kontakt im Vorfeld ist das wichtigste, sonst wird der Erstkontakt am Telefon sehr schwer. Die erste Frage muss passend sein, um das Telefongespräch nicht sofort zu beenden. Man sollte seinen Gesprächspartner mit der ersten Frage so fesseln, dass er am anderen Ende mehr wissen möchte.“ Projektleiter Sven Nickel von der Carsten Böhm Unternehmensberatung hat sich dem Thema Kaltakquise von einer ganz anderen Seite genähert: „Einige Trainer haben erkannt, dass Kaltakquise lohnt. Unter zwei Prämissen: Entweder schaffe ich mit einem postalischen Kontakt einen Wow-Effekt, der sich gewaschen hat. Oder mein Auftritt am Telefon ist so »merk-würdig«, dass ich mir diese Vorarbeit sparen kann. Bestenfalls lassen sich beide Varianten miteinander kombinieren.“



Der Berufsverband  
für Trainer, Berater  
und Coaches

# News & Facts

Ein Beispiel aus unserer vertrieblichen Praxis, um die Vorgehensweise zu verdeutlichen: Aktuell läuft eine Akquiseaktion, in der wir als Zielgruppe einen Teilbereich der Baubranche definiert haben. Statt eines Briefes erhält jeder selektierte Geschäftsführer ein von einem Logistiker zugestelltes Paket. Darin: Ein mit Lackstift beschrifteter Dachziegel. Auf diesem finden sich die wesentlichen Gründe für eine Zusammenarbeit - ein Begleitschreiben und eine Imagebroschüre runden das Package ab.

Bei der telefonischen Nachfassaktion besteht ein wunderbarer Bezug. Wir starten mit einem Lachen ins Gespräch («ach, der mit dem Dachziegel!«). Aus dem nervigen Verkäufer wird für den Entscheider ein Gesprächspartner auf Augenhöhe und der erste Schritt zum Terminverkauf ist gemacht.“

Es ist also nicht immer die Hochglanzbroschüre, die eine erfolgreiche Akquise ausmacht, sondern oftmals eine kreative und kostengünstigere Idee, welche zum Erfolg führt.