

Strategische Neukundengewinnung

Wunschkunden identifizieren, gezielt ansprechen und systematisch gewinnen

Erfolgreiche Neukundengewinnung ist kein Zufallsprodukt, sondern das Ergebnis einer klaren Strategie.

Wer neue Kunden gewinnen möchte, braucht mehr als gute Argumente und Ausdauer. Entscheidend ist, attraktive Zielgruppen und Wunschkunden zu identifizieren, die Ansprache gezielt vorzubereiten und digitale wie persönliche Vertriebskanäle sinnvoll miteinander zu verbinden.

In diesem 2-tägigen Seminar lernen Sie, Ihre Neukundengewinnung systematisch zu gestalten – von der Markt- und Zielkundenanalyse über Social Selling und telefonischen Erstkontakt bis hin zu Einwandbehandlung und verbindlichen nächsten Schritten.

Dabei geht es nicht darum, potenzielle Kunden zu überreden. Erfolgreiche Akquise bedeutet, relevante Bedarfe zu erkennen, Nutzen verständlich zu vermitteln und Interessenten professionell bei einer guten Entscheidung zu unterstützen.

01 · Nutzen

Ihr Nutzen

Sie entwickeln eine klare Struktur für Ihre Neukundengewinnung und verbinden strategische Vorbereitung mit einer kundenorientierten Ansprache. Dabei schärfen Sie Ihren Blick für attraktive Zielkunden, relevante Kontaktwege und überzeugende Gesprächseinstiege.

Nach dem Seminar können Sie:

- Ihre Neukundengewinnung strategisch planen und strukturiert steuern,
- Wunschkunden und Ideal Customer Profiles gezielt identifizieren,
- relevante Informationen zu Zielunternehmen und Ansprechpartnern effizient recherchieren,
- klassische Recherchequellen und KI-Tools sinnvoll für die Akquise-Vorbereitung nutzen,
- die Perspektive potenzieller Kunden einnehmen und Nutzenargumente klar formulieren,
- LinkedIn und das Telefon gezielt für den Erstkontakt einsetzen,
- die Hürde „Vorzimmer“ professionell meistern und mit Entscheidern auf Augenhöhe kommunizieren,
- auch bei Einwänden, Desinteresse oder einem „Nein“ souverän und handlungsfähig bleiben,
- aus ersten Kontakten verbindliche nächste Schritte entwickeln.

02 · Inhalte

Seminarinhalte

Strategie, Positionierung und Vorbereitung

Der strategische Kompass

- Märkte und Marktpotenziale systematisch betrachten
- attraktive und profitable Zielgruppen identifizieren

- Akquise-Schwerpunkte festlegen

Das Wunschkunden-Profil

- Ideal Customer Profiles entwickeln
- relevante Unternehmen und Ansprechpartner identifizieren
- vom Einkäufer bis zum C-Level-Entscheider: Wer entscheidet wirklich?
- Grundlagen für eine strukturierte Vertriebspipeline schaffen

Recherche und Akquise-Vorbereitung

- relevante Informationen zu Zielunternehmen und Ansprechpartnern recherchieren
- klassische Quellen und KI-Tools sinnvoll einsetzen
- Gesprächsanlässe und mögliche Bedarfe erkennen
- den Erstkontakt gezielt vorbereiten

Eine relevante Kernbotschaft entwickeln

- Nutzen aus Sicht des potenziellen Kunden formulieren
- Value Proposition klar auf den Punkt bringen
- bereits im ersten Kontakt Relevanz erzeugen

Social Selling im B2B

- digitale Netzwerke, insbesondere LinkedIn, für die Neukundengewinnung nutzen
- relevante Kontakte identifizieren und erste Beziehungen aufbauen
- persönlich sichtbar werden, ohne plump zu verkaufen
- digitale und persönliche Kontaktpunkte sinnvoll miteinander verbinden

Praxis, Dialog und Souveränität im Erstkontakt

Die Hürde „Vorzimmer“

- die Rolle von Assistenzen verstehen
- wertschätzend und professionell kommunizieren
- Zugang zu relevanten Entscheidern schaffen

Der Erstkontakt am Telefon

- das erste Gespräch professionell eröffnen
- schnell Relevanz und Interesse erzeugen
- Gesprächsleitfäden sinnvoll nutzen, ohne am Skript zu kleben
- authentisch und flexibel im Dialog bleiben

Wertschätzende Einwandbehandlung

- typische Reaktionen wie „Keine Zeit“, „Kein Bedarf“ oder „Wir haben schon einen Partner“ aufgreifen
- Einwände und echtes Desinteresse unterscheiden
- souverän reagieren, ohne Druck aufzubauen
- auch mit einem „Nein“ professionell umgehen

Verbindliche Next Steps

- den nächsten Prozessschritt gezielt vorbereiten
- Verbindlichkeit im Gespräch schaffen
- aus einem erfolgreichen Erstkontakt eine konkrete weitere Chance entwickeln

04 · Arbeitsweise

So arbeiten wir im Seminar

Sie profitieren von:

- kurzen Trainerinputs
- praxisnahen Übungen
- der Arbeit an konkreten Akquise-Situationen
- der Reflexion des eigenen Vorgehens
- Gesprächssimulationen
- Erfahrungsaustausch

Eigene Zielkunden, typische Gesprächssituationen und Praxisfälle können in das Training eingebracht werden.

03 · Zielgruppe

Für wen ist das Seminar geeignet?

Dieses Seminar richtet sich an:

- Mitarbeitende und Führungskräfte im B2B-Vertrieb, Key Account Management und Business Development sowie an alle, die aktiv für die Gewinnung neuer Kunden und die Erschließung neuer Marktpotenziale verantwortlich sind.

05 · Fragen & Antworten

Häufige Fragen zum Seminar

Ist das Seminar eher strategisch oder praxisorientiert?

Beides. Sie beschäftigen sich zunächst mit der Auswahl von Märkten, Zielgruppen und Wunschkunden und übertragen Ihre Strategie anschließend direkt auf konkrete Akquise- und Gesprächssituationen.

Geht es hauptsächlich um Kaltakquise am Telefon?

Nein. Der telefonische Erstkontakt ist ein wichtiger Bestandteil, wird aber mit strategischer Vorbereitung, Zielkundenanalyse und Social Selling verbunden.

Kann ich eigene Zielkunden oder Akquise-Fälle mitbringen?

Ja. Eigene Zielkunden, typische Einwände und konkrete Gesprächssituationen können im Seminar bearbeitet werden.

Brauche ich bereits Erfahrung in der Neukundengewinnung?

Nein. Das Seminar eignet sich sowohl für Teilnehmende, die ihre Akquise systematischer aufbauen möchten, als auch für erfahrene Vertriebsmitarbeitende, die ihr Vorgehen überprüfen und weiterentwickeln wollen.

Häufige Fragen zur strategischen Neukundengewinnung

Was bedeutet strategische Neukundengewinnung?

Strategische Neukundengewinnung beginnt vor dem ersten Kontakt. Sie umfasst die Auswahl attraktiver Märkte und Zielgruppen, die Definition geeigneter Wunschkunden, die Identifikation relevanter Ansprechpartner und eine gezielte Kontaktstrategie.

Was ist ein Ideal Customer Profile?

Ein Ideal Customer Profile beschreibt Unternehmen, die besonders gut zum eigenen Angebot passen. Kriterien können beispielsweise Branche, Unternehmensgröße, Marktposition oder typische Bedarfssituationen sein.

Wie kann KI bei der Neukundengewinnung unterstützen?

KI kann beispielsweise bei Recherche, Vorbereitung und Strukturierung helfen. Im Seminar geht es darum, solche Werkzeuge gezielt einzusetzen, ohne die persönliche Bewertung und den direkten Kundenkontakt zu ersetzen.

Welche Kanäle eignen sich für die B2B-Neukundengewinnung?

Häufig ist eine Kombination verschiedener Kontaktwege sinnvoll – beispielsweise LinkedIn, Telefon, E-Mail, Empfehlungen, Veranstaltungen oder bestehende Netzwerke. Entscheidend ist, die Kanäle passend zur jeweiligen Zielgruppe einzusetzen.

Wie gelingt Neukundengewinnung, ohne aufdringlich zu wirken?

Indem nicht das eigene Produkt, sondern die Situation des potenziellen Kunden im Mittelpunkt steht. Gute Akquise zeigt früh, warum ein Gespräch relevant sein könnte, stellt passende Fragen und respektiert auch ein Nein.

 Format	 Teilnehmer	 Dauer	 Seminarzeit
Wahlweise Präsenzseminar oder Live-Online-Training	Max. 10	2 Tage	Nach Vereinbarung

Termine

Seminarnummer E37

2027

03.03.-04.03.2027 **Region Berlin**

16.06.-17.06.2027 **Region Bielefeld**

Kein passender Termin dabei?

Sprechen Sie uns an: Wir prüfen gern einen individuellen Firmentermin oder weitere Termine für unsere offenen Seminare.

Über das ime

ime Institut für Management-Entwicklung
Sunderweg 4 · 33649 Bielefeld
0521 94206-0
info@ime-seminare.de

Fragen zum Seminar?

Marion Schopen
0521 94206-0
marion.schopen@ime-seminare.de

Infos & Anmeldung



Seminarseite öffnen

QR-Code scannen oder
die Seminareseite öffnen.