A screenshot of a computer

Description automatically generated

**1. Kontaktanbahnung:**

**Wie kommen wir an potentielle Kunden?**

* Nutzung von Online-Marketingkampagnen, um Interessenten anzulocken, die an erneuerbaren Energielösungen interessiert sind.
* Teilnahme an Branchenmessen und Konferenzen, um Kontakte zu potenziellen Kunden zu knüpfen.
* Identifizierung von Großunternehmen, die bereits erneuerbare Energieprojekte planen oder umsetzen.

**Wie können wir unsere Anfragen klassifizieren? („Ernsthaftigkeit der Anfrage“)**

* Klassifizierung basierend auf dem Kundeninteresse und der Dringlichkeit des Bedarfs.
* Anfragen können nach Projektgröße, geografischem Standort und Branche des Unternehmens kategorisiert werden.

**2. Akquisetermin/Verkaufsgespräch:**

**a. Vorbereitungsphase:**

* Klärung der Kundenbedürfnisse und -ziele, um die Angebote und Präsentationen entsprechend anzupassen.
* Recherche über den Kunden, um Informationen über die aktuellen Energiequellen, Nachhaltigkeitsziele und Budgets zu erhalten.
* Entwicklung einer klaren Verkaufsstrategie und Festlegung von Zielen für das Gespräch.

**b. Akquisegespräch:**

**Kontaktphase:**

* Einführung und Schaffung einer positiven Gesprächsatmosphäre durch die Vorstellung von "Sonnengold Solutions" als vertrauenswürdiger Partner.
* Begründung des Gesprächszwecks, um das Interesse des Kunden zu wecken.

**Bedarfsanalyse:**

* Identifizierung der Bedürfnisse des Kunden in Bezug auf saubere Energie, Nachhaltigkeit und Energieeffizienz.
* Erhebung von Informationen über den aktuellen Energieverbrauch, die Energiekosten und die geografische Lage der Unternehmensstandorte.
* Identifikation der Entscheidungsträger und ihrer Rollen, insbesondere der Nachhaltigkeitsbeauftragten oder Energieverantwortlichen.

**Argumentations-/Abschlussphase:**

* Präsentation der Stärken und USPs von "Sonnengold Solutions", wie maßgeschneiderte Lösungen, qualitativ hochwertige Technologie und Erfahrung.
* Überwindung von Einwänden, z. B. hinsichtlich der Investitionskosten, indem auf die langfristigen Kosteneinsparungen und ökologischen Vorteile hingewiesen wird.
* Vereinbarung von Folgeaktionen nach dem Gespräch, wie die Angebotserstellung und das vereinbarte Follow-up-Termin.

**3. Angebotserstellung:**

**Welche Bestandteile sollte das Angebot enthalten?**

* Detaillierte Beschreibung der maßgeschneiderten erneuerbaren Energielösungen, einschließlich der eingesetzten Technologien und des erwarteten Nutzens.
* Preisgestaltung, einschließlich der Gesamtkosten, Finanzierungsmöglichkeiten und Steuervorteile.
* Zeitrahmen für die Umsetzung und Installationspläne.
* Referenzen aus ähnlichen Projekten und Fallstudien.
* Kontaktinformationen für Rückfragen und Unterzeichnung.

**Wie sollten die Angebote aufgebaut sein?**

* Übersichtlich und gut strukturiert, um die Lesbarkeit und Verständlichkeit zu erhöhen.
* Angepasst an die spezifischen Anforderungen des Kunden, um den Kundennutzen hervorzuheben.

**Auf was muss bei der Angebotserstellung geachtet werden?**

* Konsistenz zwischen dem Gespräch und dem Angebot sicherstellen und alle vereinbarten Punkte berücksichtigen.
* Rechtliche und finanzielle Details sorgfältig prüfen und transparent kommunizieren.

**Zahlungsfristen: Wie reagieren wir bei Zahlungsverzug?**

* Klare Zahlungsbedingungen und -fristen festlegen.
* Bei Zahlungsverzug eine freundliche, aber beständige Kommunikation aufrechterhalten und gegebenenfalls Mahnverfahren einleiten.

**4. Verhandlungen:**

* Klar definierte Verhandlungsziele und -grenzen haben, wobei die Bedürfnisse des Kunden und die Rentabilität des Projekts berücksichtigt werden.
* Flexibilität zeigen, um auf Kundenanforderungen einzugehen und alternative Lösungen anzubieten, wenn notwendig.
* Einwände und Bedenken des Kunden ernst nehmen und durch Überzeugungsarbeit und klare Argumentation auf Lösungen hinarbeiten.
* Verhandlungsprotokolle führen, um eine klare Dokumentation zu haben.
* Eine Win-Win-Strategie verfolgen, um langfristige Kundenbeziehungen aufzubauen und zu stärken, und gegebenenfalls Anreize für die Kundenbindung anbieten.