Das Thema Auftragsgewinnungsprozess bezieht sich auf die systematischen Schritte und Methoden, die Unternehmen anwenden, um potenzielle Kunden zu identifizieren, sie zu überzeugen und letztendlich einen Verkauf abzuschließen. Dieser Prozess ist entscheidend für den Erfolg eines Unternehmens und umfasst mehrere Phasen von der ersten Kontaktaufnahme bis zum Abschluss des Geschäfts.

Der Prozess Auftragsgewinnung beginnt mit dem ersten Kundenkontakt und einer allfälligen Anfrage und endet im Erfolgsfall mit dem Erhalt einer Bestellung (bzw. einem Erstmusterauftrag) und der damit verbundenen erstellten Auftragsbestätigung. Verkaufsbemühungen anderer Art (Marketingaktivitäten) sind nicht im Prozess inkludiert, sondern Teil des Führungsprozesses Marketing.

Der Prozess verlangt eine gute Zusammenarbeit zwischen den Abteilungen Verkauf, Arbeitsvorbereitung, Engineering und allenfalls mit Verantwortlichen aus der Produktion. Erfolgsfaktoren sind in erster Linie die Beratungskompetenz und das technische Know-How der Mitarbeiter. Prozessverantwortlicher ist der Leiter Verkauf.

**Kernphasen des Auftragsgewinnungsprozesses:**

**1. Lead-Generierung:** Das Ziel dieser Phase ist die Identifikation potenzieller Kunden (Leads), die an den Produkten oder Dienstleistungen des Unternehmens interessiert sein könnten. Techniken zur Lead-Generierung umfassen Marketingkampagnen, Messeteilnahmen, Online-Werbung, Content-Marketing, Social Media-Aktivitäten und Empfehlungen.

**2. Lead-Qualifizierung:** Nicht alle generierten Leads sind gleich wertvoll oder haben das gleiche Kaufpotential. In dieser Phase werden Leads bewertet und priorisiert, um sicherzustellen, dass Vertriebsressourcen auf die vielversprechendsten und kaufbereiten Kontakte fokussiert werden.

**3. Ansprache und Engagement:** Nach der Qualifizierung folgt die direkte Ansprache der potenziellen Kunden. Dies kann über persönliche Treffen, Telefonanrufe, E-Mails oder durch digitale Kommunikation erfolgen. Ziel ist es, ein Verständnis für die spezifischen Bedürfnisse und Anforderungen der Kunden zu entwickeln und Interesse an den angebotenen Lösungen zu wecken.

**4. Angebotserstellung:** Basierend auf den gesammelten Informationen über die Bedürfnisse des Kunden wird ein maßgeschneidertes Angebot erstellt. Dieses Angebot sollte nicht nur den Preis umfassen, sondern auch die Vorteile und den Wert der Lösung klar kommunizieren.

**5. Verhandlung:** In dieser Phase werden die Details des Angebots mit dem Kunden besprochen und verhandelt. Hier können Anpassungen am Preis, Lieferbedingungen, Serviceleistungen und anderen Vertragsdetails vorgenommen werden.

**6. Abschluss:** Der erfolgreiche Abschluss des Verkaufsprozesses erfolgt, wenn der Kunde das Angebot akzeptiert und der Vertrag unterzeichnet wird. Diese Phase kann auch die Bearbeitung von Kaufaufträgen und die Initiierung von Liefer- oder Implementierungsprozessen umfassen.

**7. Nachbetreuung und Kundenbindung:** Auch nach dem Verkaufsabschluss ist die Betreuung des Kunden wichtig, um Zufriedenheit sicherzustellen und Grundlagen für zukünftige Geschäfte zu legen. Dies umfasst Kundensupport, Wartungsdienste und regelmäßige Kommunikation.

**Beispiel für den Auftragsgewinnungsprozess:**

Ein Softwareunternehmen, das CRM-Lösungen anbietet, könnte folgenden Auftragsgewinnungsprozess implementieren:

**- Lead-Generierung:** Durchführung von Webinaren und Online-Demos, um Interesse an der Software zu wecken.

**- Lead-Qualifizierung**: Einsatz von Scoring-Modellen, um die Leads zu bewerten, die am wahrscheinlichsten einen Kauf tätigen werden.

**- Ansprache und Engagement:** Personalisierte E-Mail-Kampagnen und Follow-up-Anrufe, um die Anforderungen der qualifizierten Leads zu verstehen.

**- Angebotserstellung:** Erstellung angepasster Angebote, die speziell auf die Bedürfnisse jedes potenziellen Kunden zugeschnitten sind.

**- Verhandlung:** Diskussion der Preise und Konditionen, Anpassung der Lösungen basierend auf Kundenfeedback.

**- Abschluss:** Formelle Angebotserstellung und Vertragsunterzeichnung.

**- Nachbetreuung und Kundenbindung:** Bereitstellung kontinuierlicher technischer Unterstützung und regelmäßiger Updates für die Software.

Durch diesen strukturierten Prozess kann das Unternehmen effektiv neue Kunden gewinnen und gleichzeitig eine starke Basis für langfristige Kundenbeziehungen schaffen.