



EIN HANDBALLSPIEL MIT KREUZFAHRTABENTEUER

Akquise-Seminar „Systematisch neue Kunden finden und gewinnen“ mit Thea Döhler

Der Tag fängt an mit Ahoi-Brausepulver. Heute findet das Akquise-Seminar „Systematisch neue Kunden finden und gewinnen“ mit Thea Döhler für VKD- und BDÜ-Mitglieder in Köln statt und nach und nach tröpfeln immer mehr Teilnehmer*innen in der Lounge des Lindner-Hotels ein. Von dem freundlichen Rezeptionisten bekommen wir dann nicht nur die Wegbeschreibung bis zum Konferenzzimmer, sondern dürfen uns auch ein Brausepulverwürfelchen in der Farbe und Geschmacksrichtung unserer Wahl aussuchen. Schon mal ein guter Start in den Tag.

Pünktlich halb zehn fängt dann das Seminar an. Dabei erklärt unsere Seminarleiterin, dass Übersetzer*innen und Dolmetscher*innen oft Marketing mit Verkauf gleichsetzen, Akquise aber ein gesamter Prozess sei, quasi vollendet veredeltes Klinkenputzen – und eventuell wird dann die Tür geöffnet.

Und das Seminar? Thea Döhler kommt aus dem Handball und daher werden gleich einige Spielregeln eingeführt: erstmal mit ein bisschen Smalltalk aufwärmen, Visitenkarten austauschen und anschließend bewerten, ob die verschiedenen Elemente der Visitenkarte zum Pflichtteil oder zur Kür gehören – wie zum Beispiel ein schickes Logo.

„Ich bin oft wie ein ICE und rase mit vollem Tempo durch mein Programm, also wenn ich mal wieder zu schnell bin, dann verwendet gerne das Team-Time-out“, versichert sie uns und zeigt uns das Pausen-Handzeichen. Das Spiel hat begonnen.

ZEITSPIEL

Zunächst zeigt Thea Döhler uns die vier Marketing-Säulen: Leistung, Preis, Distribution und Kommunikation. Dabei muss sich jede und jeder Teilnehmer*in

fragen, was er/sie anbietet, welche Qualität und welchen Mehrwert der Kunde durch unsere Leistung schöpfen kann. Anschließend die Frage nach dem Preis: Wieviel sind meine Leistungen wert? Zu welchen Konditionen biete ich sie an? Schließlich die Lieferung meiner Ware: Wie bekommen meine Kunden meine Ware? Wie stelle ich Erreichbarkeit und Verfügbarkeit sicher? Und zu guter Letzt, um sicherzustellen, dass wir im Spiel bleiben und nicht ausgetauscht werden: Wie mache ich mich bekannt und informiere über meine Leistungen? Wie komme ich mit den Kunden in den Dialog?

All diese Konzepte werden heruntergebrochen, im Detail besprochen und unter die Lupe genommen. Insbesondere auf der Kommunikation und – wie der Seminarname schon sagt – *Akquise* – liegt der Fokus. Kalt-, lauwarmer und warmer Akquise: Langsam arbeiten wir uns von der schwierigsten Art der Neukundengewinnung über Multiplikatoren und mögliche lauwarmer Kontakte zur erfolgversprechendsten Kundenervielfachung vor: Kunden durch Kunden. Denn Vitamin B verleiht einem nicht nur im Sport neuen Schwung.

Aber wie macht man eigentlich Freund*innen und Bekannte darauf aufmerksam, dass man nicht nur nett und umgänglich ist, sondern auch noch hervorragende Sprachdienstleistungen anzubieten hat? Und überschreitet man da nicht irgendeine Grenze zwischen Persönlichem und Privatem? Von wegen, genau das ist vielleicht der unverhoffte Sprung zum Erfolg! Visitenkarten können nämlich überallhin mitgenommen werden, auch zur *Jumping Fitness* im Studio nebenan. So, erzählt unsere Seminarleiterin, hat sie schon ganz unverhofft neue Multiplikatoren erreicht und dadurch langsam den Ball ins Rollen gebracht.

Und wie in jedem Handballspiel gibt es dann eine harte, zähe, aber für den Sieg unabdingbare Phase, wo die Kondition eines/einer jeden Handballer*in auf die Probe gestellt wird: die DSGVO. Die Datenschutzgrundverordnung in all ihrer Länge und furchteinflößenden Größe. Wie hänge ich einen Link zu meinen AGB an eine unverbindliche erste Mail an einen potenziellen neuen Kunden an? Darf ich an Weihnachten noch Dresdner Christstollen an meine Kunden verschicken oder ist das ein Verstoß gegen den Schutz persönlicher Daten? Und sollte ich nicht sowieso zuerst anrufen, bevor ich Mails an neue Adressat*innen verschicke? Fragen über Fragen. Aber Thea Döhler als unser Team-Captain gibt uns alles Notwendige an die Hand, damit wir auch diese Phase souverän meistern.

PINGUINE IM SONNENUNTERGANG

Und wie versprochen kommt nach der zähen Phase das leichte Spiel: Wir lernen, unsere Akquise-Ziele klug zu formulieren, machen uns Gedanken über unsere Wunschkunden und wie wir sie erreichen können, lernen verschiedene digitale und analoge Werbekanäle kennen und gondeln mit einem Kreuzfahrtschiff durch die Welt der Sprachen – dem AIDA-Prinzip, durch welches wir mit voller Fahrt auf Neukunden und neue Aussichten zusteuern. Wir kommen sogar so weit, nach dem Handballspiel, dem Team-Timeout und der AIDA-Fahrt, dass wir den Südpol erreichen und Pinguine besuchen. Oder zumindest lernen, wie wir selbst zu Pinguinen in der kalten Welt der Konkurrenz werden können.

Und damit ist nicht gemeint, dass wir von an nur noch in schwarzem Frack und weißem Hemd herumwatscheln sollen. Nein, es ist noch viel schöner: Die Gleichung, mit der uns Thea Döhler in die Kaffeepause entlässt, bezieht sich auf einen Sketch von Eckart von Hirschhausen, bei dem er über seine Zeit als Arzt berichtet, bevor er sich der Comedy zuwandte. Und zu der Zeit ging er manchmal in den Zoo und betrachtete die Pinguine und dachte sich, dass sie ein Fehler der Schöpfung seien. So wie sie da herumwatschelten, auf ihren kurzen, krummen Beinchen mit den schweren Körpern – wer hatte sich diesen Witz ausgedacht? Aber eines Tages nahm er ein Kreuzfahrtschiff in die kalten Gefilde des Südpols und sah Pinguine in ihrer natürlichen Umgebung und war hin und weg davon, wie anmutig und gewandt und vor allem schnell sie durchs Meer schwammen, wie perfekt sich ihr Körper an die Ströme des Wassers anpasste,

und da verstand er: Der Fehler lag nicht bei den Pinguinen, sondern an ihrer Umgebung!

Und wie anmutige, flinke Pinguine werden auch wir viel schneller ans Ziel unserer Akquise-Träume kommen, wenn wir herausfinden, wie unsere natürliche Umgebung aussieht und somit unsere Stärken stärken und so noch bessere Dolmetscher*innen oder Übersetzer*innen werden und unsere Neukunden mit unseren nahtlosen Übersetzungen oder Verdolmetschungen begeistern können. Denn nur glückliche Pinguine – und Sprachdienstleister*innen – sind flink und können sich gewandt bewegen oder ausdrücken.

Leonie Kreuzer
leonie.kreuzer@live.de

Bild: © Wolfram Baur

WALK THE TALK – DER VKD LÄUFT

Bei diesen Läufen haben uns die folgenden VKD- und BDÜ-Mitglieder mehr als würdig vertreten:

VERANSTALTUNG

B2Run Düsseldorf, 11.07.2019 (6,2 km)

Teilnehmer*innen (v. l. n. r.): Wolfram Baur, Christiane Zender, Caterina Saccani, Silke Thyssen, Rocío Martinez

