

Leitfaden zur Erstellung Ihres Wunschkundenprofils

Wenn Sie Kunden möchten, die noch besser zu Ihnen passen!

Mit unserem Wunschkundenprofil haben Sie eine zusätzliche, sehr effektive Methode, um herauszufinden, welche Kunden und Unternehmen am besten zu Ihnen passen. Das gilt für die Inbound-Akquise, also z.B. dem Closing von neuen Leads und natürlich auch in der Kaltakquise (Outbound-Sales). Sie können damit Ihre Chancen deutlich erhöhen, perfekt zu Ihnen passende Kunden zu gewinnen und solche auszufiltern, die eben nicht gut passen.

Wie gehe ich damit jetzt in der Praxis um?

Ganz gleich, ob Sie Ihre Bestandskunden weiter ausbauen, neue Kunden durch die Kaltakquise gewinnen oder noch mehr passende Leads closen möchten, das Wunschkundenprofil gibt Ihnen genau dafür eine wichtige Unterstützung. Sie haben damit Ihren eigenen ‚Blueprint‘ der wichtigsten Eigenschaften für die Zusammenarbeit mit Kunden. Prüfen Sie Ihre Kunden auf diese Eigenschaften und Ihre Vertriebsarbeit wird deutlich entspannter, angenehmer und mit mehr Freude versehen sein.

Ihr Wunschkundenprofil zu erstellen dauert nur wenige Minuten – lassen Sie uns direkt loslegen.

Ihr individuelles Wunschkundenprofil:

Frage 1: Wer sind Ihre besten Kunden?

Tragen Sie bitte hier die 3-6 Kunden ein, die Sie als Ihre besten Kunden ansehen. Solche, mit denen die Zusammenarbeit am besten funktioniert. Dabei gibt es nur subjektive Bewertungskriterien, das heißt entscheiden Sie frei und aus dem Gefühl heraus!

Frage 2: Was zeichnet Ihre o.g. besten Kunden aus?

Tragen Sie hier bitte die Eigenschaften ein, die Ihre besten Kunden zu solchen machen. Was schätzen Sie an der Zusammenarbeit? Ist es die unkomplizierte Abwicklung oder der schnelle Zahlungseingang? Entscheiden Sie ganz frei nach Ihren Kriterien.

Frage 3: Wer sind Ihre schlechtesten Kunden?

Tragen Sie hier bitte die Firmennamen von Ihren schlechtesten Kunden ein. Die Kunden, mit denen die Zusammenarbeit am wenigsten Spaß macht und Ihnen am schwersten fällt. Auch hier gilt: Bitte treffen Sie die Antwort spontan und nach Ihren Kriterien – nur das zählt.

Frage 4: Was zeichnet Ihre o.g. schlechtesten Kunden aus?

Tragen Sie hier bitte die Eigenschaften ein, die Ihre schlechtesten Kunden auszeichnen. Welche Gründe oder Eigenschaften sind es, dass Sie genau diese Kunden als Ihre schlechtesten ausgewählt haben?

Frage 5: Was ist das genaue Gegenteil der Eigenschaften aus Frage 4?

Bitte drehen Sie die Eigenschaften aus Frage 4 jetzt in ihr exaktes Gegenteil um. Wenn Sie also z.B. in Frage 4 „schlechte Zahlungsmoral“ eingetragen haben, wird daraus jetzt „sehr gute Zahlungsmoral“. Bitte tragen Sie hier also das exakte Gegenteil aller Eigenschaften aus Frage 4 ein.

Fast fertig – nur noch ein Schritt zu Ihrem persönlichen Wunschkundenprofil:

Jetzt sind Sie nur noch einen Schritt von Ihrem Wunschkundenprofil entfernt. Nehmen Sie bitte die Ihnen wichtigsten Eigenschaften aus Frage 2 und die Ihnen wichtigsten Eigenschaften aus Frage 5 und tragen Sie hier ein. Fertig ist Ihr Idealkundenprofil!

Bitte achten Sie darauf, dass Sie in Ihrem Wunschkundenprofil mindestens 6 und maximal 8 Kriterien stehen haben. Ansonsten wird es in der Praxis schwierig, das Wunschkundenprofil anzuwenden. Als letzten Schritt nehmen Sie jetzt noch eine Priorisierung Ihres Wunschkundenprofils vor und voilà – Ihr Profil ist nun vollständig.