

KUNDEN AKQUIRIEREN

Mehr Gewinn erzielen

Für Finanzdienstleister ist es wichtig, ihr eigenes Profil und Leistungsangebot zu definieren, um Akquisitionsziele realistisch zu planen und zu steuern. Mit dem Buch „Erfolgreich Kunden akquirieren“ bieten die Autoren Peter Arndt und Gerald Braun einen Praxisleitfaden.

Der Leser erhält Informationen und Tipps zu folgenden Themen:

- Erarbeitung des eigenen Alleinstellungsmerkmals und Leistungsprofils
- Grundlagen zur Kundengewinnung
- Zielplanung und -steuerung
- Methoden und Instrumente für erfolgreiche Marketingaktionen durch den Mix von Bewährtem und Innovativem (ZIP-Marketing).

Zahlreiche Beispiele, Mustertexte, Kopiervorlagen zur Umsetzung und Anwendung bieten Nutzen für die tägliche Praxis. Laufend aktualisierte Zusatzinformationen, Ergänzungen und Downloads zum Buch findet der Leser unter auf www.zip-marketing.de.

■ Zielgruppenorientierung

Im ersten Teil werden Hinweise zum Problem vieler freier Vermittler und die Lösung Zip-Marketing geboten. Die Kombination klassischer Methoden mit neuen Marketing-Formen wird ebenso dargestellt wie das Zusammenspiel zwischen diesem Buch und der dazugehörigen Internetseite. Teil II behandelt das Ende einiger Marketing-Mythen. Lesen Sie über gängige Vorurteile zum Thema „Marketing“. Und entscheiden Sie, ob diese auch für Sie gültig sind oder ob Sie Ihren Erfolg selbst in die Hand nehmen wollen.

Im dritten Teil „Ihre Eigenpositionierung“ geht es ganz alleine um Sie. Finden Sie heraus, was Sie – ganz speziell Sie – Ihren Kunden zu sagen haben. Erarbeiten Sie sich Ihr einzigartiges, attraktives Profil. „Hallo, haben Sie zufällig meine Zielgruppe gesehen? Ich suche sie seit langem und kann sie einfach nicht finden.“ Erfahren Sie ein Geheimnis aller wirklich Erfolgreichen. Die Zielgruppenorientierung. Lesen Sie über alle Vorteile dieser Methode und lernen Sie, wie Sie Ihre persönli-

Peter Arndt und Gerald Braun: Erfolgreich Kunden akquirieren.

Gabler Verlag, Wiesbaden 2006.

Ca. 180 S., gebunden, 42,90 EUR





(ISBN: 3-409-14249-5)



che Zielgruppe bestimmen. Erarbeiten Sie danach Ihre Kernaussage, mit der Sie in 60 Sekunden überzeugen. Teil IV des Buches informiert Sie über die verschiedenen ZIP-Marketing-Elemente. Erarbeiten Sie Ihre ZIP-Marketing-Strategie und setzen Sie die beschriebenen Komponenten gezielt ein. Aber bitte mit Konzept und System. Wie? Das erfahren Sie in diesem Buch.

Die Autoren: Peter Arndt ist seit nahezu drei Jahrzehnten in der Assekuranz tätig. Er hat dort alle Stationen vom Auszubildenden bis zur Vertriebsführungskraft erlebt. Seit 1996 ist er als Trainer und Berater selbständig. PERFORMANCE-Leser kennen ihn als Verfasser von Artikeln mit Nutzwert für die Praxis des Versicherungsmaklers. Gerold Braun sammelte nach seinem Studium der Mathematik seine ersten Verkaufs-Erfahrungen im technischen Vertrieb eines deutschen Großkonzerns. Seit Mitte 2000 ist er selbständig und berät Unternehmen.

Die verwendeten Icons und deren Bedeutung

Icon	Bedeutung
	Achtung! Wichtig! Dinge, die Sie sich unbedingt merken / einprägen sollten.
	Aufgabe. Der Pfeil sagt Ihnen: Jetzt sind Sie dran. Finden Sie eine zu Ihnen, zu Ihrem Geschäft passende Lösung.
	Schritt-für-Schritt-Anleitung. Das können Sie so direkt nachmachen.
	Ergänzende Unterlagen stehen im Internet auf unserer Seite www.zip-marketing.de für Sie zum Download bereit.