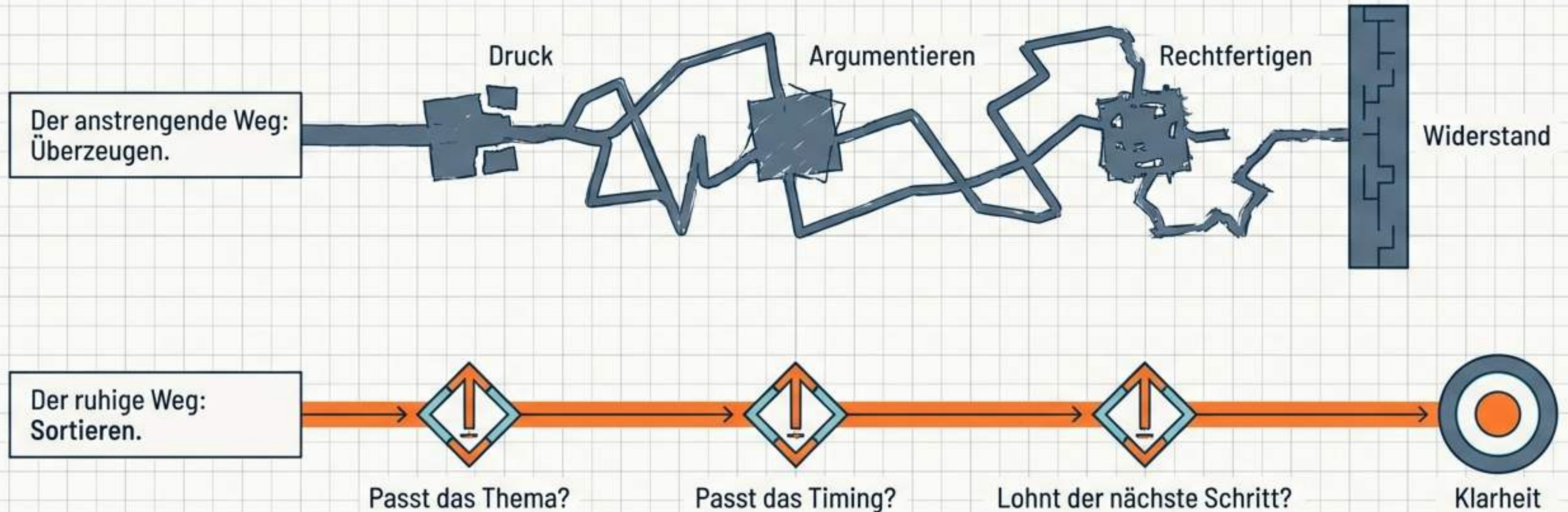


# Kaltakquise mit System

Der Premium-Standard für planbare Neukundengewinnung.

Basierend auf dem Framework von Wilfried Bechtle.

# Überzeugen war gestern, Sortieren ist heute.



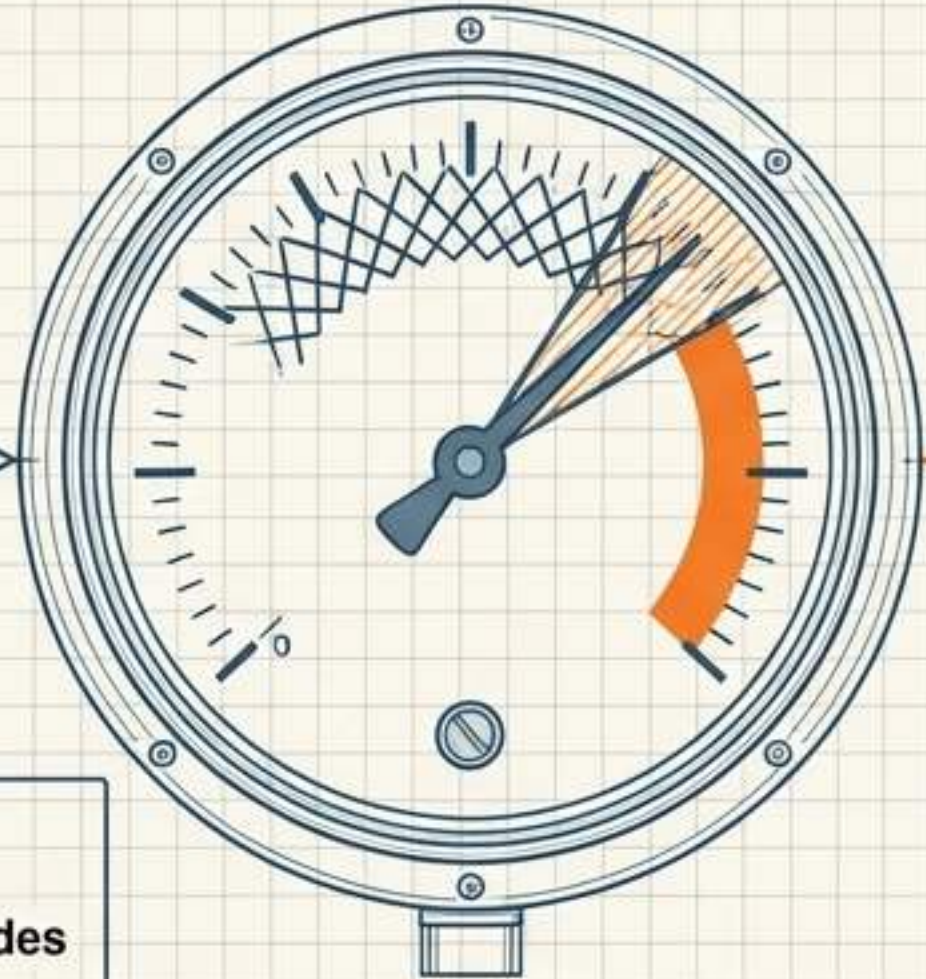
Kaltakquise ist kein Verkaufsding. Sie ist eine professionelle Einordnung. Wir rufen nicht an, um ein Ja zu erzwingen, sondern um reibungslos zu prüfen, ob ein Gespräch für beide Seiten Sinn ergibt.

# Vom Produktpusher zum Vertrauensarchitekten.

	Der Produktpusher	Der Vertrauensarchitekt
Ziel	Will im Erstkontakt überzeugen und verkaufen.	Will Sicherheit schaffen und Relevanz klären.
Gesprächsanteil	Startet mit Wir sind..., erklärt Features, hält Monologe.	Startet mit Rahmen, führt mit Diagnosefragen, hört zu.
Einwände	Kämpft dagegen an, versucht zu entkräften.	Sortiert sie als legitime Signale (Timing oder Thema?).
Abschluss	Drängt auf große Termine (Lassen Sie uns austauschen).	Bietet kleinen Abgleich an (15-20 Min) + Wenn nicht, ist okay.

# Die Psychologie des Anrufs: Reaktanz vs. Kognitive Leichtigkeit

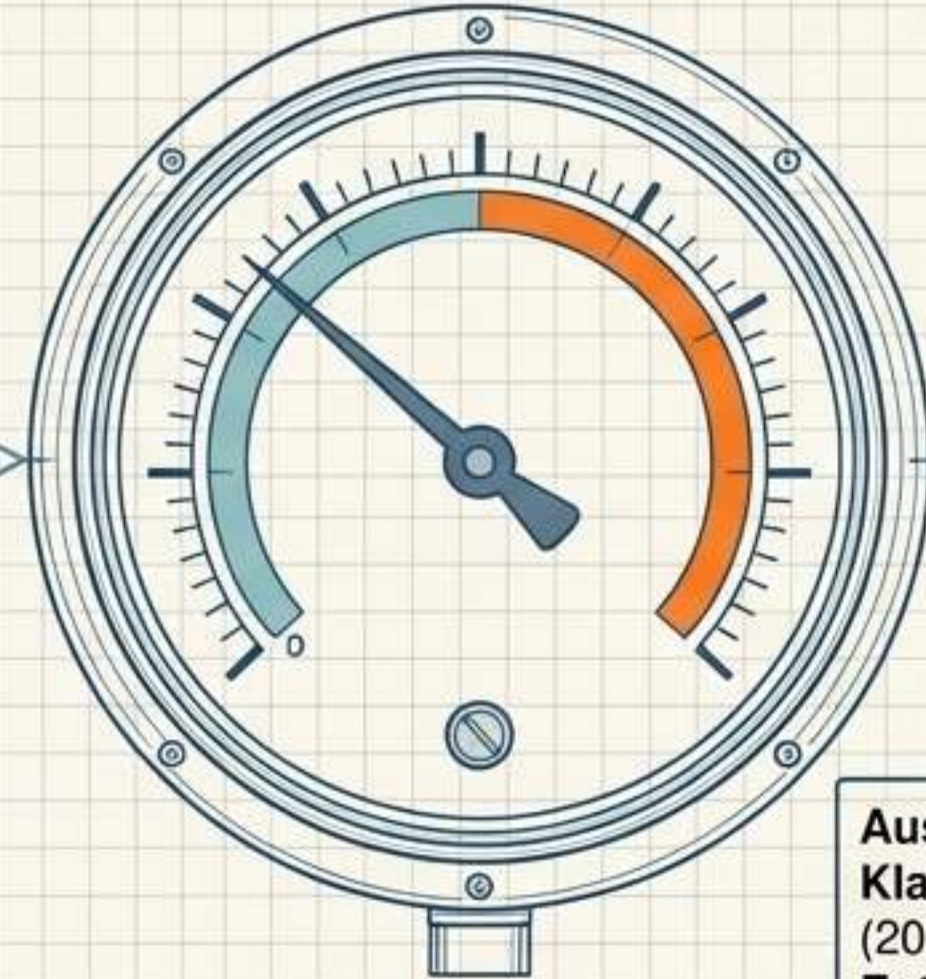
Reaktanz (Widerstand)



Ausgelöst durch:  
Überrumpelung,  
Unklarheit, fehlendes  
Zeitlimit,  
Verkäufersprech

Das Gehirn des Entscheiders will  
Sicherheit und Kontrolle. Druck  
erzeugt automatische Abwehr.

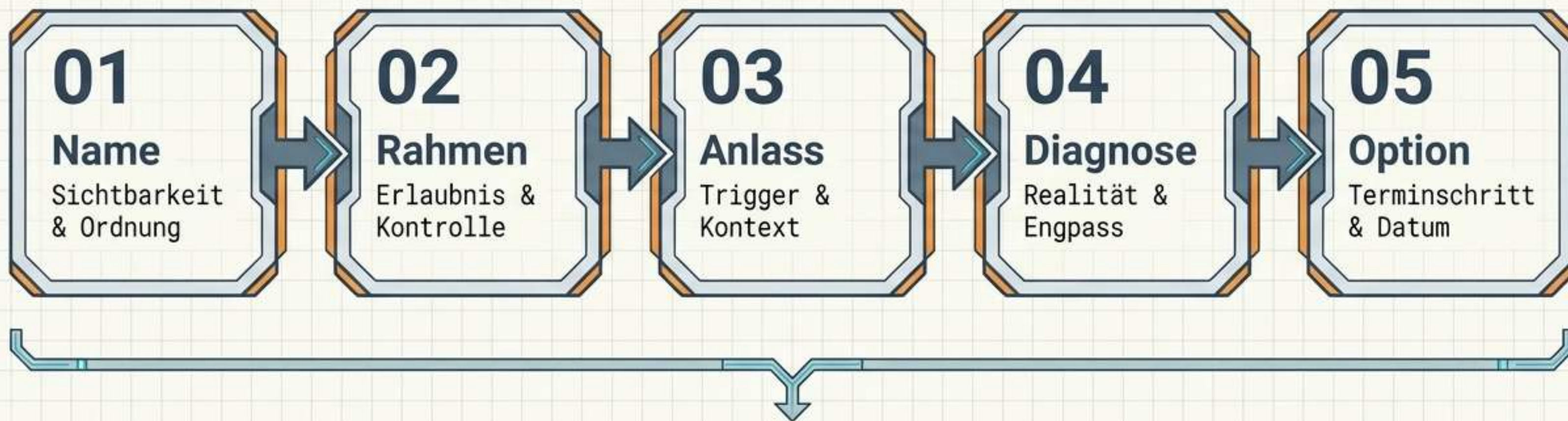
Kognitive Leichtigkeit



Ausgelöst durch:  
Klare Zeitbox  
(20 Sekunden),  
Entscheidungshoheit  
(...dann entscheiden Sie),  
Druck raus (Wenn es nicht  
passt, ist das völlig okay).

Die Regel der Ja-Kette: Zustimmung entsteht nicht durch einen großen Sprung,  
sondern durch mikro-kleine, faire Schritte, die dem Gehirn Kontrolle lassen.

# Die 5-Schritt-Gesprächsarchitektur.



Ein Erstkontakt scheitert selten an fehlendem Charme, sondern an fehlender Dramaturgie. Dieser Ablauf führt das Gespräch, ohne dich steif zu machen.  
(Hinweis: Du brauchst kein langes Skript, nur diese 5 Bausteine).

# Die Anatomie der ersten 15 Sekunden (Einstieg & Rahmen).



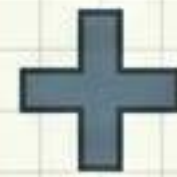
**Pro-Tipp**  
Sprich 10% langsamer als du denkst.  
Ruhe und Pausen sind Führung.

# Ohne Pitch zur Wahrheit (Anlass & Diagnose).



**Komponente 1:  
Der Anlass**  
Eine Beobachtung, kein Marketing-Text. Nur ein Satz.

Ich rufe an, weil ich bei [Zielgruppe] häufig sehe, dass [Problem] unnötig [Zeit/Geld kostet].



**Komponente 2:  
Die 3 Universalfragen**  
Gute Fragen klingen nicht wie ein Verhör, sondern wie Orientierung.

- 1. (Ist-Situation): Wie lösen Sie das aktuell – intern oder mit Partner?
- 2. (Engpass): Was ist dabei gerade der größte Engpass?
- 3. (Kriterien): Welche zwei Punkte entscheiden bei Ihnen, ob es Sinn macht, das anzuschauen?



**Gesprächsfläche**

# Der reibungslose Terminschritt (Option & Datum).



**Grundregel:** Jeder Termin benötigt einen klaren Output (Am Ende wissen wir beide, ob wir weitergehen oder es parken).

# Die Mechanik der Einwand-Führung.

## Anerkennen (Acknowledge)

Kurz, ruhig, ohne Drama.  
Keine Rechtfertigung.

*“Verstehe. / Alles klar.”*

## Klären (Clarify)

Den Einwand sortieren. Liegt es am Thema oder am Timing?

*“Liegt das am Thema oder am Zeitpunkt? / Welche zwei Punkte müssten passen?”*

## Option (Option)

Kontrolle zurückgeben durch einen Mini-Schritt.

*“15-Minuten Termin anbieten ODER sauber auf ein Datum parken.”*



**Kernprinzip:** Einwände sind kein Kampf. Sie sind Bedingungen. Wenn du argumentierst, erhöhst du den Druck. Wenn du klärst, entsteht Gesprächsraum.

# Der Einwand-Diagnosebaum.



# Pipeline-Architektur: Die 3 Listen.

**Die Ideal-Liste**  
(Strategie)

50-200 Firmen. Sauber ausgewählt,  
passend zur Positionierung.  
Der Traumkunden-Pool.

**Die Real-Liste**  
(Füllstand)

Erreichbare Firmen, die das Volumen  
ergänzen. Der Vorrat.

**Die Aktiv-Liste**  
(Die operative Woche)

Nur 25-50 Kontakte. Das ist alles, was diese  
Woche berührt wird. Jeder Kontakt hier hat eine  
Trigger-Hypothese und eine nächste Aktion.

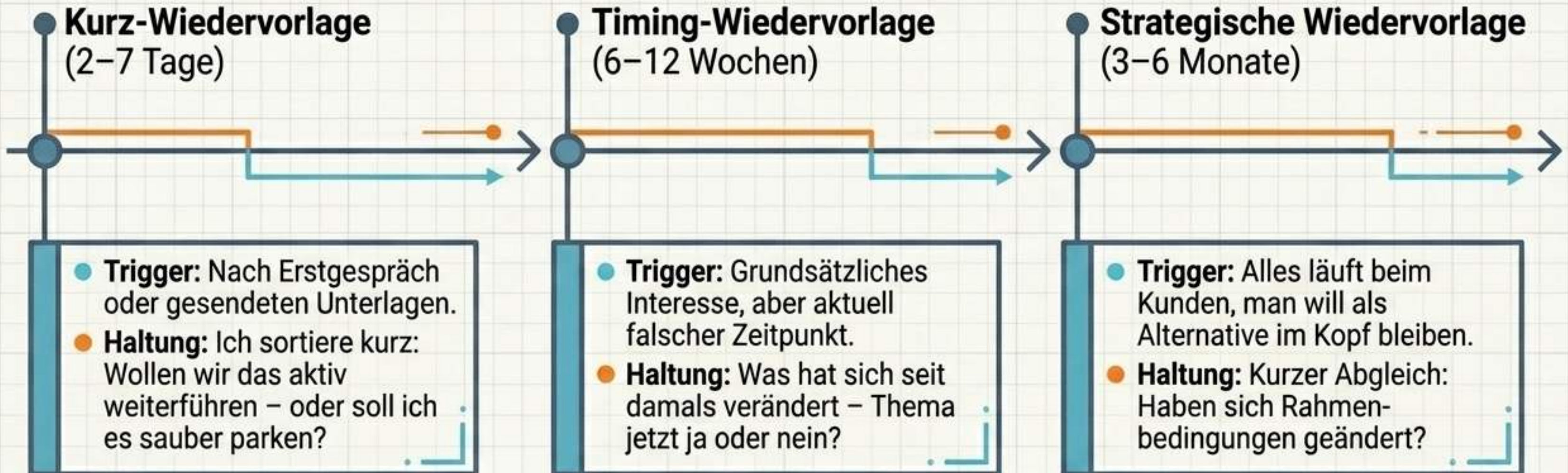
**Eine Liste ist kein Sammelalbum, sie ist ein Filter. Wenn du  
alles gleich wichtig machst, machst du am Ende gar nichts.**

# Das Fundament der Pipeline.



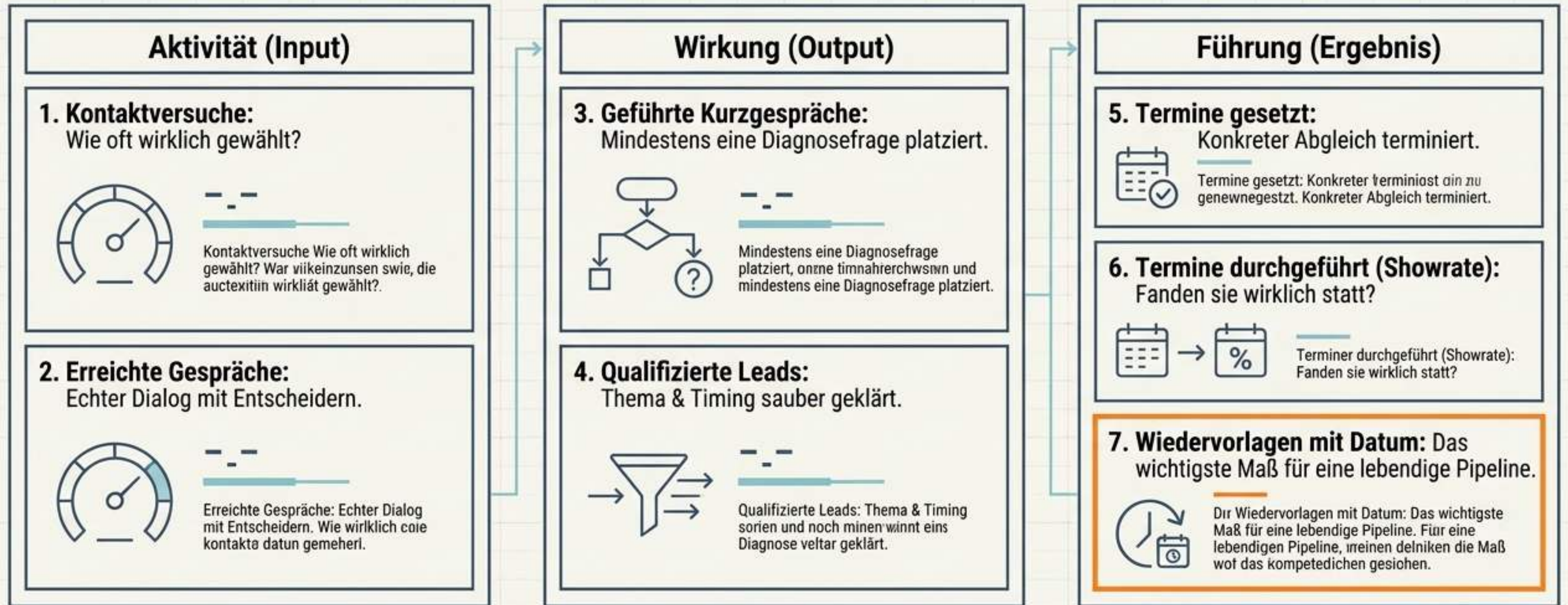
- Ohne Datum ist Akquise ein Flug im Nebel. Es ist nur Hoffnung.
- Ein Parken ohne Datum (Melden Sie sich irgendwann) ist ein verlorener Lead.
- Jedes Telefonat, jede E-Mail, jede Unterlage endet zwingend mit einem fixierten Zeitpunkt für den nächsten Schritt.

# Das Follow-Up Framework.



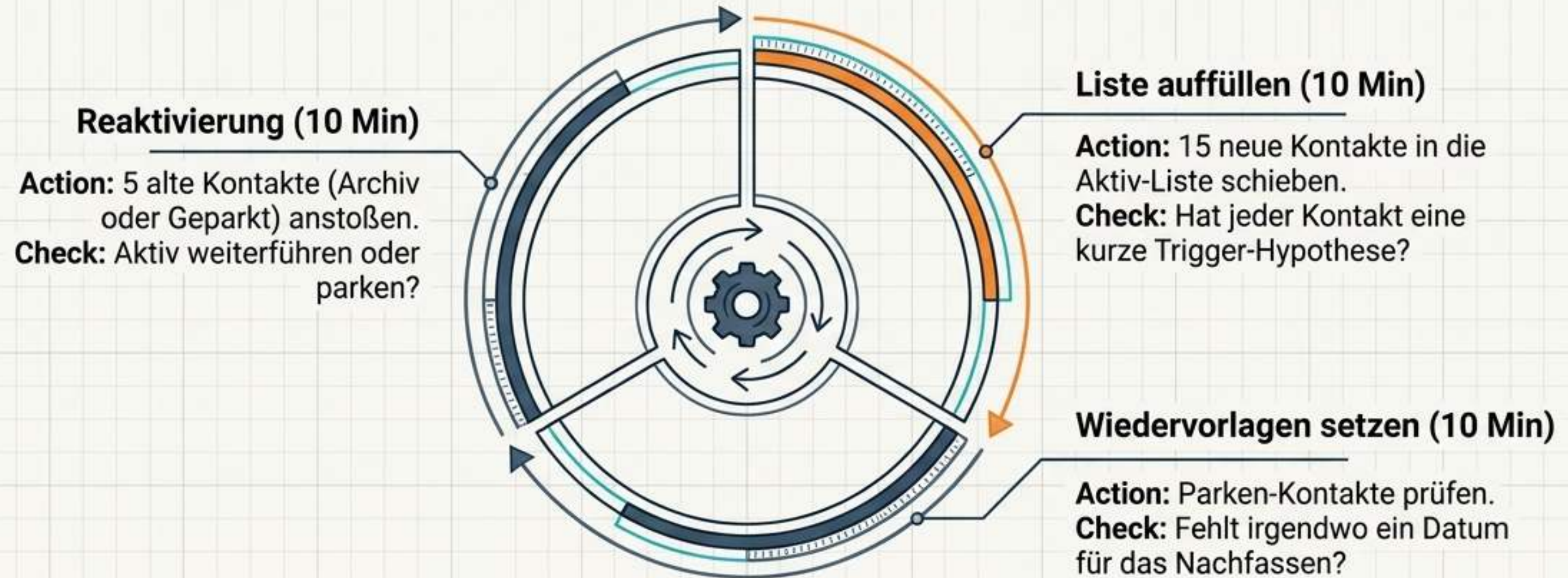
**Ein Angebot verschickt man erst, wenn Kriterien geklärt sind und ein fester Entscheidungstermin im Kalender steht.**

# Das Akquise-Cockpit (Kennzahlen, die wirklich zählen).



**Diagnose:** Viele Versuche + wenig Gespräche = falsche Zeiten/Listen. Gute Gespräche + wenig Termine = Terminschritt zu weich.

# Synthese: Die 30-Minuten Wochenroutine



Kaltakquise wird nicht durch Motivation stabil, sondern durch System und Rhythmus. Diese 30 Minuten am Freitag schützen deinen Kalender für die gesamte nächste Woche.