

# "Chefsache Akquisition"

Tipps, Tricks und Training für Kommunikation und Akquisition im Architektenalltag

Intensivseminar

**NÜRNBERG, 24. – 25. Juli 2009**



Busmann training®  
Johanna Busmann, Hamburg

[www.busmann-training.de](http://www.busmann-training.de)

# Sehr geehrte Damen und Herren,

Akquisition ist Alltag im Architektenberuf. Und dieser Alltag ist nicht immer einfach: Architekten /-innen müssen sich und ihre Leistung oft **darstellen** - eigentlich dauernd - und sind überrascht, wenn es "soweit ist" - und wenn es dann „schwierig“ wird.

Architektenpräsentationen (auch: -wettbewerbe) gelten hauptsächlich als schwierig durch

1. **fehlendes Training** auf der Architektenseite
2. **mangelnde Vorbereitung** – auch auf vermeintlich „kleine“ Gespräche
3. **inkongruente Selbstbilder** („Ich schaffe das bestimmt nicht“ etc.)
4. **inhomogene Zuhörerschaften**, die die gesamte Bandbreite von kreativem Designerhirn bis zu controlling-fixiertem Behördenvertreter ausmachen kann

In Entwurfs-Präsentationen tritt die Herausforderung der „**Binnendifferenzierung**“ auf, also der zeitgleichen Beachtung unterschiedlicher oder sogar **gegensätzlicher Interessen**. Gewonnen wird auch hier immer durch „**die Chemie**“, und die beginnt mit der **exakten Rezeption des Kundenbedarfs**.

Die kauf-entscheidende Frage wird für den potentiellen Kunden sein: Ist dieses Architektenteam / diese Architektin geeignet, mein **Vertrauen** zu rechtfertigen oder nicht? Nicht-fachliches Publikum wird dabei eher durch erklärende, **rezipientenzentrierte gesprochene Worte**, Fachpublikum eher durch **detailreiche visuelle Erläuterungen** zu überzeugen sein.

Konsensfähige Entwürfe müssen also bei allen ankommen und dürfen dennoch nicht verwässert sein.

Der Verkauf einer **nicht-anfassbaren, hoch erklärungsbedürftigen Dienstleistung** setzt ein Kommunikationsgeschick voraus, das allen Interessen gerecht wird.

Dies gilt besonders am **Telefon** und im **small-talk!** Üben Sie in beiden Situationen, auf Ihre Leistung hinzuweisen, ohne angeberisch, schüchtern oder allzu fachbezogen zu wirken!

**Einwände** müssen ernst genommen, **Widerstände** aufgeweicht und **Killerphrasen** neutralisiert werden.

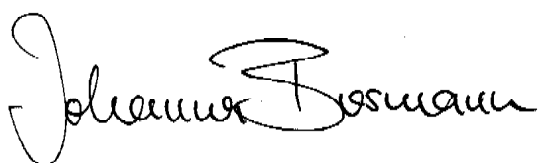
Sie haben die Gelegenheit, sich selbst durch **Video** ein feedback über Ihre Wirkung zu geben und dieses auch von Ihren Kollegen einzuholen, denn Ihre Wirkung entscheidet über Erfolg oder Misserfolg Ihrer Kurz-Präsentation.

Bitte bedenken Sie:

**Jede Akquise - Methode ist lernbar, nur die wichtigste nicht: der Wille!**

Ich wünsche Ihnen nun viel Freude beim Lesen und freue mich auf unser Seminar in Karlsruhe.

Herzliche Grüße, Ihre



# Programm:

## **Akquise erfordert Team-Positionierung**

Wie bauen wir die Mitarbeiter in unser Team ein?  
Wie stelle ich den Alltag um, damit ich „Zeit für Akquise“ habe?

## **Akquise am Telefon**

Wie begeistere ich die Redaktion einer Zeitschrift für mich?  
cold calls, warm calls & lauwarme calls  
Nachfasstelefonate

## **Vorbereitung und Struktur der verlangten Präsentation beim Interessenten**

Informationen über den Interessenten einholen und verwerten  
Begrüßung nach den Regeln des „Business-Knigge“  
Vorstellen der Kollegen  
Paraphrasieren des Bedarfs  
Paraphrasieren der Lösung  
Interesse geleitet (nicht positionell) „verkaufen“  
Angebot präsentieren

## **Entwurfs-Präsentation**

Anzahl der Worte halbieren, Anzahl der Fragen verdoppeln!  
Vom Dialogisieren des Monologs  
Vorschläge sind Schläge!  
Die Langeweile des Interessenten ist der Tod des Anbieters!  
Welche Inhalte werden mündlich mitgeteilt, welche begleitend schriftlich?  
Wie kann ich mein Publikum „begeisternd“ informieren?

## **Ihr Auftritt bei einer Kundenveranstaltung**

Alle sind Gastgeber!  
Small-talk – eine Kunst für sich!

## **Aufträge ausweiten (“cross-selling“)**

Weiter führenden Bedarf heraushören und notieren  
Rechnung überreichen, nicht übersenden!  
Feed-back Gespräch ist Akquisegespräch.

## **Der Business-Knigge**

Der „Knigge-Test“ – mit Lösungen  
Wodurch der Business-Knigge im Geschäftsalltag den privaten Knigge ablöst  
„Hierarchie vor Alter und Funktion vor Geschlecht“ – Tipps für den Anwalts-Alltag  
Wie Sie die Empfehlungen des „Business-Knigge“ nutzen können  
Was Sie beim Lunch mit Kunden bedenken sollten  
Wer stellt wen wem vor – und warum?  
Wie Sie Visitenkarten überreichen – Wann und wem (zuerst)?  
Wie Sie aussehen: Anlass vs. Geschmack – Kleider machen Leute

## **Einwände, Widerstände und Attacken nutzen, nicht fürchten!**

Lernen Sie Schlagfertigkeit!  
Wie Sie Einwände von Kunden, Auftraggebern, Kommunalpolitikern, Kollegen, Designern und Mitarbeitern für sich zu nutzen  
Wie Sie das „Nein“ eines Verhandlungspartners zu flexibilisieren