WAS TUN,

# WENN SICH MARKETINGENTSCHEIDER EINFACH TOT STELLEN?




## Wie qualifiziert sich der Prospect[1)]?

- Der Prospekt würde perfekt in die Kundenstruktur der Agentur passen?
  - Wir stehen schon sehr lange mit dem Prospect in Kontakt.
- Der Prospect war von sich aus auf die Agentur zugekommen.
  - Das voraussichtliche Income würde die Agentur einen entscheidenden Schritt nach vorne bringen.
  - Der Prospect erzielt hohe Punktzahlen in der New-Business-Checkliste der Agentur.
- Der Beratungsschwerpunkt liegt exakt in einem der Kernkompetenzfelder der Agentur.
  - Wir konnten den Prospect schon ziemlich weit in unseren Sales-Funnel hineinziehen. Wir stehen kurz vor dem Abschluss.
- Wenn wir mal ehrlich sind, sind wir gar nicht so scharf auf diesen Prospect.
  - Bisher mussten wir den Prospect immer mühsam überreden, überhaupt mit uns zu reden.
- In Wahrheit würde uns dieser Prospect hoffnungslos überfordern.
  - Der Prospect steht noch ganz am Anfang unseres Sales-Funnels. Wir haben noch wenig investiert.

**Es lohnt wohl kaum, diesem Lead noch weiter nachzulaufen. Konzentrieren Sie sich und die New-Business-Ressourcen Ihrer Agentur auf die vielversprechenderen Leads.**

## Warum kam es bisher nicht zum Auftrag?

- Der Prospect hat ernsthaftes Interesse, aber momentan noch keine Möglichkeit, uns zu beauftragen; braucht mehr Zeit.
  - **Dran bleiben! Potenzielle Barrieren ausräumen! Hilfe anbieten!**
- Vermutlich überfordert unser Angebot, die finanziellen Möglichkeiten des Prospects.
  - **Alternative Honorierungsmodelle anbieten!**
- Der Prospect findet uns spannend, als potenziellen Partner, möchte uns aber noch besser kennenlernen, bevor er sich entscheidet.
  - **Agency-Assessment-Workshop oder Probe-Projekt anbieten!**
- Prospect scheint wohl noch nach alternativen Partnern zu suchen.
  - Der Prospect hat den Kontakt ohne erkennbaren Grund abgebrochen.
  - Der Prospect hat wohl keinen Bedarf an einer neuen Agentur.
- Prospect scheint nicht wirklich Interesse an unserer Agentur zu haben.
  - Prospect hat inzwischen einem Mitbewerber den Auftrag gegeben.

## Und? Kommt es zum Vertrag oder zumindest zur Einladung in den Pitch?

- **JA**
  Gratulation! Jeder Pitch lässt sich gewinnen.
- **NEIN**
  Nicht den Kopf in den Sand stecken! Halten Sie Kontakt!

**Versuchen Sie, den Prospekt umzustimmen! Pflegen Sie den Prospect in Ihr CRM-Tool ein und kontaktieren Sie ihn regelmäßig mit Low-Involvement-CRM-Maßnahmen!**

© 2015 I New Business Doctor I www.nb-doc.de I Andreas Wiehrdt

[1)] Unter Prospects verstehe ich potenzielle Neukunden, aber diese alternative Beschreibung war mir einfach zu lang für die Infografik..