

Marktplatz Gute Geschäfte Workshop für Einsteiger 26. September 2012

Unternehmensakquise am Beispiel



MARKTPLATZ
GUTE GESCHÄFTE
MÜNCHEN

Wen sprechen wir an?

- Unternehmen unterschiedlicher Branchen, Größen und Kompetenzen
- Mittelständische Betriebe, Handwerksbetriebe
- Selbständige, Freiberufler (z.B. Grafiker, Fotografen, Trainer)

Wieviele Unternehmen?

- Anzahl der Unternehmen = Anzahl Gemeinnütziger
- Noch besser: Unternehmen > Gemeinnützige

Bevor es losgeht: Grundlagen für die Akquise

- Unternehmens-Akquiseliste
- Marktplatz-Internetseite
- Marktplatz Bulletin/Flyer
- Mappe mit Basis-Infos
- Pressetext
- Infoveranstaltung für Unternehmen

Interne Strukturen

- Klare Zuständigkeiten im Team
- Team aus Haupt- und Ehrenamtlichen
- Freiwillige „Projektpaten“ aus der Wirtschaft unterstützen bei Akquise
- Initiativkreis bilden und in Akquise einbinden
- Ansprechpersonen müssen erreichbar und aktuell informiert sein!

Akquise-Liste (1/2)

- Bereits vorhandene Unternehmenskontakte
- „Kalt-Akquise“: Recherche z.B. über Firmendatenbanken, Verbände, IHK, HWK, TOP Arbeitgeber, ...
- Ansprechpartner mit Entscheidungsbefugnis identifizieren (in der Regel Verantwortliche aus den Bereichen Personal, Kommunikation, CSR)

Akquise-Liste (2/2)

- bei kleinen und mittelständischen Betrieben Geschäftsführung direkt ansprechen
- Unternehmen/Unternehmer als Botschafter gewinnen
- vermittelnde Institutionen nutzen (IHK, HWK, Wirtschaftsunioren, Marketing-Club, Berufsverbände, Service-Clubs ...)

Vorab überlegen:

- Wen wollen wir besonders ansprechen?
- Was interessiert meine Ansprechpartner?
- Wie „tickt“ das Unternehmen/der Unternehmer?
- Wer entscheidet über die Teilnahme?
- Welchen konkreten Nutzen erhoffen sich die Unternehmen? (Imageverbesserung, Mitarbeitermotivation, Ansprache neuer Mitarbeiter... - für diese Argumente sind besonders Branchen mit Fachkräftemangel ansprechbar)

Akquise-Schritte (1/2)

1. Neugierig machen!

- Anschreiben: „Aus diesen Gründen wäre es interessant für Sie, zum Marktplatz Gute Geschäfte zu kommen...“
- Überlegen, welche Projekte könnten für welche Unternehmen interessant sein. In Anschreiben sowie bei direkten Kontakten Projektbeispiele nennen, die Bezug zum Unternehmen haben.

Akquise-Schritte (2/2)

2. Interesse ist geweckt!

- Infos auf Internetseite „So funktioniert ein Marktplatz Gute Geschäfte etc.“
- Weitere Infos bereitstellen (Zusenden von Materialien, Infogespräch, ...)

3. Überzeugen!

Nachhaken per Telefon, E-Mail: „Welche Frage können wir Ihnen beantworten, damit Sie sich für eine Teilnahme entscheiden?“,
Anbieten eines Vorort-Gesprächs

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

- Einheitliches Erscheinungsbild aller Marktplatz-Publikationen (Homepage, Bulletin, Pressemitteilung...)
- Ideal: eigenes Marktplatz-Logo
- Feste Ansprechpartner
- Regelmäßige Information über Aktivitäten
- Überlegen:
Welche Publikationen, Zeitungen etc. lesen unsere potenziellen Ansprechpartner?
Wo informieren sie sich? Welche Medien sind wichtig?

Unternehmen gewinnen & halten!

- **Ganz wichtig: Verbindlichkeit!**
 - Schriftliche Bestätigung sofort nach der Anmeldung (+ Anfahrtsskizze, Parken...)
 - Projektliste ca. 8-10 Wochen vorab
 - Nochmalige Bestätigung der Teilnahme und endgültige Projektliste ca. 10-14 Tage davor

Marktplatz für Gute Geschäfte

