



So geht Telefonakquise in der Landwirtschaft heute.

Von Walter Peters



WALTER PETERS
— VERTRIEBSTRAINING —

www.walter-peters.de

Telefonakquise geht bei Landwirten nicht!

- Echt nicht?
- Und wenn Du nicht angerufen wirst, einfach hinfahren?
- Viel Glück dabei...

Natürlich kann Dich ein Landwirt am Telefon leichter „abwimmeln“ als persönlich, aber „geht nicht gibt’s nicht“!

Aber was, wenn telefonieren *einfacher, erfolgreicher, schneller und billiger* ist, als Du denkst? Wenn Du dieses E-Book gelesen hast, wirst Du es selbst erleben!



Mein Name ist Walter Peters, ich bin ein rheinischer Bauernsohn, seit 40 Jahren im Agrarvertrieb tätig, davon 15 Jahre als Agrartrainer. Meine Mission ist es, Agrarverkäufer erfolgreicher zu machen. Übrigens, da wir hier ja unter uns sind, erlaube ich mir „Du“ zu sagen. Und wenn ich „Kunde“ sage, meine ich damit ausdrücklich auch alle Kund/Innen und Kund*Xe – ist mir nur zu lang.

Und wenn Dich die Überschrift provoziert oder gar getroffen hat, umso besser!

Denn dann kennst Du das:

Dein Chef

erwartet größere Marktanteile und mehr neue Kunden

Der Neukunde

erwartet besseren Service und höhere Qualität zu günstigeren Preisen

Du selbst

möchtest diesen Anforderungen möglichst erfolgreich gerecht werden. Du willst Deine Kunden gut beraten und dafür entsprechend vernünftige Preise erzielen, die Deinen Chef zufrieden stellen und Dir ein gutes, sicheres Einkommen bescheren ...

Und nun stell' Dir vor, Du kommst auf einen Hof, den Du schon länger „im Visier“ hast. Du kennst grob seine Situation, hast Dir einige Informationen verschafft und Dir eine „Story“ ausgedacht, um ihn zu gewinnen - und nach der (eher knappen ...) Begrüßung sagt er:

„Ich bin schon sehr gut versorgt!“

Und jetzt?

Wenn Du jetzt nach Argumenten suchst oder schlimmer, in Deiner Verkaufsmappe nachliest, was die Marketingabteilung Dir dazu aufgeschrieben hat, wird's eng ... Du kannst natürlich auch etwas von „professioneller Beratung“, „innovativen Produkten“ oder dem „guten Service“ und der „schnellen Lieferung“ Deiner Firma erzählen ... Dein Ziel kann es auch sein, endlich mal „eine Chance für ein Angebot“ zu bekommen ...

Aber ich mach's kurz:

Vergiss' es!

Das machen nämlich (fast) alle – mit Ausnahme der „Spitzenverkäufer“! Aber was nimmt der Kunde tatsächlich wahr? Ein wandelndes Produktblatt, ein **Prospekt auf Beinen, eine lebende Preisliste**.

Und er denkt:

Wäre die Post nicht billiger?

Denn im ersten Fall hast Du offensichtlich keine Ahnung, was Du überhaupt willst. In den anderen Fällen gilt:

Deine kompetente Beratung kennt er noch nicht, die innovativen Produkte auch nicht, Deinen guten Service hat er noch nicht erlebt und Deine schnelle Lieferung mit eigenen Fahrzeugen ist ihm zunächst egal. Die „Chance für ein Preisangebot“ bekommst Du aber natürlich – damit er Deinen Preis mit dem seines jetzigen Lieferanten vergleichen und diesen so leichter kontrollieren / drücken kann.

Schade, Chance vertan!

Denn wenn Du versuchst, Dich über solche banalen Standards interessant zu machen, dann ist das so, als ob ein Autoverkäufer Dir stolz erzählt, das sein Modell auch Räder hat... Zumal hier der größte Fehler bereits in der Anbahnung gemacht wurde: Wer ohne Termin auf gut Glück losfährt, verplempert seine Zeit und das Geld seines Chefs. Ich hoffe sehr, dass Dir nach der Lektüre dieses E-Books bei jedem ergebnislosen Besuch oder nicht angetroffenen Landwirt sofort durch den Kopf schießt:

Ich hatte schon wieder keinen Termin!

Ein paar Fakten dazu:

250.000

Landwirte (deutschlandweit)

3x

Betriebe sind 3 Mal so groß

Vor 30 Jahren gab es in Deutschland noch gut 800.000 Landwirte, heute noch etwa 250.000, also nur noch knapp ein Drittel! Die Anbauflächen, Tierzahlen etc. sind aber fast gleichgeblieben oder gar größer geworden! Das bedeutet, dass die Betriebe im Schnitt dreimal so groß sind und die Landwirte – heute mehr denn je – sehr gut ausgebildete Unternehmer sind, die ihre Zeit sehr genau planen. Und da ist eben für unangemeldete Überraschungsbesuche keine Zeit!

Im Gegenteil: Als Landwirt würde ich mich fragen, ob mein Besucher nichts Besseres zu tun hat, als sinnlos auf Verdacht in der Gegend herumzukurven und ungefragt Leute zu belästigen.

Grundsätzlich kannst Du Deine Kunden gewinnen über „Kaltakquise“ (hm - naja, siehe oben), „Telefonakquise“ (top, wenn man es kann) oder über strukturiertes, aktives „Empfehlungsmanagement“ durch bestehende Kunden (der Königsweg und viel einfacher, als Du glaubst). Am besten ist natürlich, wenn Du alle drei Wege beherrschst und abhängig von der Situation einsetzen kannst.

PS: Gute Kunden, die Du lange kennst, kannst Du natürlich auch ohne Termin besuchen. Allerdings hast Du diese ja schon als Kunden gewonnen - und diese Kunden kennen (hoffentlich) die genannten Vorteile schon. Oder Du hast zwischen zwei Terminen noch Zeit für einen Kaltbesuch „unterwegs“ oder triffst irgendwo zufällig einen potentiellen Neukunden – dann los!

In allen anderen Fällen gilt:

Vorher anmelden!

Wie anders wäre es, wenn der Kunde weiß, dass Du kommst und Du sofort sein Vertrauen und seine Neugier auf Dein Angebot weckst? Es fängt damit an, dass Du grundsätzlich immer Termine machst. Profis fahren nicht einfach in der Gegend herum! Der Kunde soll „Angst“ haben, etwas zu verpassen, wenn er nicht mit Dir redet!

Überlege Dir also vorher, wie seine Situation ist, was gerade für ihn aktuell und wichtig ist, womit er sich beschäftigt, was ihn bewegt, wo Du ihm nützlich sein kannst, was Du für ihn tun kannst, was Deine Firma für ihn bedeuten kann, kurz: Denke in seinem Kopf, versetze sich genau in seine Lage und entwickle passende Lösungen!

Und bitte:

Meine es ehrlich!

Er wird sehr schnell spüren, wenn Du nur Deinen eigenen Vorteil (= sein Geld) siehst! Es ist absolut logisch und legitim, dass Kunden weniger bezahlen wollen. Das machst Du doch auch!

Jetzt nimm' Dir ein Herz und wähle seine Nummer. Überlege Dir eine nette, sympathische „Eröffnung“, die seine Neugier weckt und frage ihn, ob er einen Moment Zeit für Dich hat. Darauf gibt es nur drei Antworten:

- Ja! (alles klar, weiter mit einem guten „Eröffnungssatz“)
- Nein! (siehe unten, „wann passt es besser?“)
- Worum geht's denn? (Die häufigste, jetzt guten „Eröffnungssatz“ bringen)

Trotzdem wird er nicht sofort mit „wehenden Fahnen“ darum betteln, besucht zu werden. Er wird „Einwände“ vorbringen, die Du aufheben musst. Was sagen die Leute, wenn sie noch nicht vom Nutzen des Termins überzeugt sind? Hier die fünf wichtigsten Einwände (rot) am Telefon (und beim kalten Besuch auf dem Hof) und einige geprüfte Antworten (grün) darauf:



- Ich habe keine Zeit!**
Danke das Sie mir das gleich sagen, wann passt es Ihnen besser?
- Ich habe kein Interesse!**
Das kann ich mir vorstellen, wir haben uns ja auch noch nicht persönlich getroffen!
- Ich bin gut versorgt!**
Umso besser, dann können Sie haarscharf beurteilen, worin wir uns unterscheiden!
- Schick' mir erstmal Unterlagen und Preise zu!**
Wie kann ich Unterlagen schicken, wenn ich noch nicht weiß, worum es genau geht?
- Melde Dich in drei (sechs, acht, ...) Monaten nochmal!**
Mache ich sehr gerne, was ist dann anders als heute?

Natürlich gibt's noch einige weitere gute (und freche) Antworten, für die benötigst Du nur etwas Mut – dann ist die „reiche Ernte“ fast schon garantiert - probiere es aus!

Lege Dir am besten dieses Blatt ausgedruckt neben Dein Telefon – das hilft am Anfang und gibt Sicherheit! Später wirst Du mit Sicherheit neue Formulierungen versuchen und Dich so immer weiter verbessern. Beobachte Deine Quote und lerne aus Deinen Erfahrungen!

Denn worum geht's eigentlich dabei?

Niemand trifft sich gerne mit Langweilern oder Leuten, die das Gleiche wie alle anderen erzählen, also hebe Dich ab! Mit Humor, Systematik und den drei K's:

Kompetenz, Konsequenz und Kontinuität.

Wie das geht?

Probiere einfach die oben genannten Punkte aus und gib Dich nicht einfach direkt mit einem ‚Nein‘ zufrieden! In diesem E-Book kann ich natürlich nur einige Lösungsansätze anreißen, weitere Inhalte dazu biete ich Dir allerdings gerne an meinen Agrar Growing Days. Dort vermittele ich viele praxiserprobter Lösungen und Antworten, die sofort am nächsten Tag Wirkung zeigen werden. Garantiert! (<https://www.walter-peters.de/agrar-growing-days>)

Gemeinsam diskutieren wir außerdem über Erfahrungen, positive wie auch negative - in unserer Facebookgruppe „agritrain“. Auch auf meiner Website veröffentliche ich regelmäßig spannende Themen und neue Erkenntnisse rund um das Thema ‚Agrarvertrieb‘! Es gibt immer wieder Neues zu entdecken! Ich würde mich freuen, mich dort oder auf unseren Agrar Growing Days weiter auszutauschen!

Vor allem aber wünsche ich Dir mit Deinem Angebot (und gerne meiner Unterstützung)

reiche Termin - Ernte

in der **wohl schönsten Branche der Welt** – bei den normalen, vernünftigen, bodenständigen, verlässlichen, hemdsärmeligen Leuten auf den Bauernhöfen – Deinen zukünftigen Kunden!

- Euer Walter Peters!



Weitere Infos unter: www.walter-peters.de