

# 10 Probleme bei der Kundengewinnung

Nach Einschätzung von Experten gibt es typische Fehler und Probleme bei der Kundengewinnung:

## 1. Anlaufzeit falsch kalkuliert

Kunden in ausreichender Zahl stellen sich für die meisten Unternehmen erst nach einiger Zeit ein. Wer also Produkte oder Dienstleistungen am Markt etablieren will, braucht einen langen (finanziellen) Atem - im Durchschnitt für mehrere Jahre.

## 2. Verkauf vernachlässigt

Viele Gründer lassen den Verkauf schleifen. Gründe: Viele sind fachliche oder technische Experten. Sie richten ihre Aufmerksamkeit und Energie begeistert ausschließlich auf das Angebot. Der Verkauf wird vernachlässigt und in manchen Fällen sogar als un bequem oder gar lästig empfunden.

## 3. Zu früh am Markt

Viele Unternehmen schießen beim Versuch, Kunden so schnell wie möglich zu „bedienen“, übers Ziel hinaus. Die Zeit, die benötigt wird, ein Angebot „kundenfähig“ zu machen, wird dabei nicht selten unterschätzt.

## 4. Unzureichendes Marketingkonzept

Die meisten Gründer-Business-Pläne enthalten zwar Gedanken zu „Markt und Marketing“. Die hier enthaltenen Ausführungen sind jedoch oft vage. Die Themen „Akquisition“, Vertrieb und „Werbung“ bedürfen einer weiteren Konkretisierung.

## 5. Kein Geld für Marketing

Vielfach ist die Finanzdecke für ein professionelles Marketing mit konsequenter Kundenansprache zu dünn. Dabei sind junge Unternehmen in besonderer Weise gezwungen, Marketing zu betreiben. Bekanntermaßen ist das Gewinnen von Neukunden und der Aufbau eines Kundenstamms aufwändig.

## 6. Falsche Personalentwicklung

Viele junge Unternehmen investieren beim Personal lieber in Fachleute mit fachlich-technischer Qualifikation als in eine professionelle Besetzung von Marketing und Verkauf.

## 7. Falsche Kundensuche

Viele Gründer und junge Unternehmen suchen den Kunden ausschließlich in der Region, der Blick vor allem auf überregionale Märkte bleibt aus. Oftmals – gerade in der Frühphase – kein Problem. Bei technologischen Nischenunternehmen allerdings ist es fatal, die überregionalen Märkte nicht zu berücksichtigen.

## 8. Kundenakquise blockiert

Erste Aufträge binden häufig die betrieblichen Kapazitäten und blockieren physisch und mental eine kontinuierliche Kundensuche. Häufige Folgen sind Auftragslöcher, Ertragseinbrüche und nicht selten auch die Insolvenz des Unternehmens.

## 9. Zu intensive Kundensuche

Wer umgekehrt zu viel Zeit für die Kundensuche verwendet, dem bleibt zu wenig Zeit für Bestandspflege. So kann unter dem Zwang, neue Aufträge von neuen Kunden zu bekommen, die Zufriedenheit der mühsam schon gewonnenen Kundschaft gefährdet werden.

## 10. Schlechte Arbeitsergebnisse

Gerade in der Aufbauphase kommt es immer wieder zu einer Überforderung von Unternehmer und Mitarbeitern. Mangel an Zeit und Konzentration führen zu schlechten Arbeitsergebnissen. Darunter leidet vor allem die Kundenbindung.