



# Neukundenakquisition – Situations-, Bedarfs- und Potentialanalyse

**TRI**  
LOGIE

## Zielgruppe

---

Mitarbeitende im Kontakt mit Kunden und Kundinnen

## Teilnehmende

---

Mitarbeitende aller Ebenen

## Essenz

---

Die Bedarfsanalyse ist eine der zentralen Phasen eines (Neu-)Kundengesprächs. Es ist ebenso wichtig, die Situation des Kunden zu erfassen und Potentiale zu erkennen. Idealerweise werden für das Vorbereiten des Gesprächs auf Daten eines CRM zurückgegriffen und in der Nachbereitung die neuen Erkenntnisse eingepflegt. Dieses Training beinhaltet Gesprächs- und Fragetechniken um qualitative Daten zu erhalten und dem Kunden das Gefühl eines nutzenorientierten Gesprächs zu vermitteln.

## Methodik

---

Trainer-Input, Einzel-, Partner-, Gruppenarbeit, Gesprächsübungen, Diskussion, Fallarbeit, Reflektieren in der Gruppe

## Module

---

## Seminarinhalt

---

### **Situations-, Bedarfs- und Potentialanalyse(SBPA) in der Neukundenakquise**

- Differenzierung und Ziele der Analysen
- Die SBPA strategisch vorbereiten
- Nutzen und Pflege eines CRM (z.B. IM, C4C, Salesforce)
- Strukturen für SBPA: Erfassen-Verstehen-Verarbeiten, SPIN, WUNDE
- Die Balance zwischen Sache und Mensch

### **Gesprächs- und Fragetechniken**

- Die Kraft der Fragetechniken und des Aktiven Zuhörens
- Die Balance zwischen Geben und Nehmen von Informationen
- Offenheit zeigen und Transparenz bieten
- Durch Gesprächstechniken Vertrauen und Bedürfnisse wecken

### **Praxissimulation**