

Kundenbeziehungen

"Perfect Match bei der Kalt-Akquise ist schwierig"

Im 'new-business'-Podcast spricht Aydin Sahin von der Commerzbank über den Aufwand, den Agenturen in die Kunden-Akquise stecken. Zudem erläutert er, was die Grundvoraussetzungen einer guten, funktionierenden Zusammenarbeit aus Sicht des Auftraggebers sind.



Foto: Commerzbank

Aydin Sahin leitet das Marketing bei der Commerzbank und Comdirect. Bereits seit 2010 ist er in verschiedenen Positionen für die Commerzbank AG in Frankfurt am Main tätig.

auf ein Thema eingegangen werden, das bei dem Unternehmen gerade auf der Agenda steht. Viele Agenturen betreiben dabei auch sehr viel Aufwand, stellt Sahin fest. So bekommt er beispielsweise 20-minütige Videos, in denen sie Optimierungspotenziale aufzeigen wollen. Sahin schätzt diese Vorleistungen, aber: "Wenn mich jemand anspricht, der kurz und prägnant ist und vielleicht sogar verstanden hat, was unsere DNA ist, dann befasse ich mich eher damit."

Ein absolutes No-Go hat Sahin auch parat: "Wenn ich augenscheinlich sehe, dass ich das Target von standardisierten CRM-Kampagnen bin, dann reagiere ich da nicht einmal drauf."

Neugeschäft ist und bleibt ein besonders wichtiges, aber auch schwieriges Thema aus Agentursicht. Mit verschiedenen Methoden treten die Dienstleister an potenzielle Kunden heran – manchmal mit Erfolg, manchmal ohne. **Aydin Sahin**, Bereichsleiter Marketing bei der **Commerzbank** und **Comdirect**, kennt diesen Prozess von der Auftraggeberseite. Im 'new-business'-Podcast berichtet er von seinen Erfahrungen und Eindrücken.

1. Die Dos und Don'ts der Kalt-Akquise

"Das perfekte Match bei der Kalt-Akquise ist schwer", weiß Sahin. Denn es müssen nicht nur der richtige Zeitpunkt, die richtige Tonalität sowie eine individuelle Ansprache gewählt, sondern auch

2. Die Grundtugenden der Kundenbeziehung

Laut Sahin gibt es verschiedene Grundtugenden, die als Hygienebedingungen in der Kundenbeziehung erfüllt sein müssen. "Was meine ich damit: Zuhören, eine Haltung haben, eine Position beziehen, auch einmal widersprechen, wenn sich der Kunde verrennt – auch das gehört dazu." Zudem sollte ein Dienstleister keine falschen Erwartungen wecken. Hier muss klar benannt werden, wobei die Agentur wirklich unterstützen kann und welche Leistungen nicht erbracht werden können.

Gerade das Thema Widerspruch ist Sahin bei einem Partner sehr wichtig. Denn Marketingverantwortliche brauchen manchmal frischen Wind und neue Ideen, die Externe liefern können. "Wenn du den Eindruck bekommst, dass dein Partner oder Dienstleister genauso denkt wie du, dann ist dieser Mehrwert nicht mehr gegeben", formuliert Sahin. Er hat auch mehr Freude daran, sich um Themen zu streiten und in die Diskussion zu gehen. "Ich finde, der Wettstreit der Idee ist das Beste, was man machen kann."

Die Podcast-Folge mit Aydin Sahin können Interessierte auf der 'new-business'-Website hören. Dort erfahren Sie unter anderem auch, welche Merkmale für Sahin die Qualität der Zusammenarbeit definieren und welche Sätze eine Agentur beim Pitch nicht fallen lassen sollte. (sf)



Der 'new-business'-Podcast von und mit Heiko Burrack beschäftigt sich mit Themen rund um Neukundengeschäft und Agentur-Positionierung. Neue Folgen erscheinen donnerstags auf der 'new-business'-Website. Heiko Burrack ist Gründer und Inhaber von New Business Advice. Er berät Agenturen und Unternehmen mit Marketing-Schwerpunkt bei der strategischen und operativen Neukundengewinnung. Der New-Business-Experte ist darüber hinaus als Referent, Autor, Trainer und Coach tätig.

