

## **Einfach Kunden gewinnen**

### **Ratschläge für mehr Erfolg in kürzerer Zeit.**

von Meinrad Müller

Dale Carnegie Preisträger München 2004



*"Mit innovativer PR  
zu schnellem Erfolg"*  
VHS Video, 77 min.

Video-Bestellung siehe Kapitel 3, Seite 120  
Keine Zeit zum Lesen der wichtigen Einleitung?  
Beginnen Sie zunächst auf Seite 21.

### **Einleitung**

Mehr als 90 % der Auftragsbeschaffer (Arbeitsplatzerhalter oder Verkäufer) haben emotionale Probleme, d.h. Angst, potenzielle Neukunden anzusprechen. Doch dieses Problem wird vom Autor erfolgreich gelöst. Fremde werden zu Freunden gemacht und erst anschließend kontaktiert.

### **Wer ist der Autor?**

Meinrad Müller, Jahrgang 1954, ist seit 1975 selbstständig. Anpassungsfähigkeit an geänderte Märkte machten Meinrad Müller flexibel, viel an Lehrgeld hat er bezahlt, das Ihnen verehrte Leser, heute zu Gute kommt!

### **Teurer Kundenfinden**

Über 2,8 Mio. Euro an selbst verdientem Geld flossen in diverseste Marketing- und Werbemaßnahmen. Nicht als Angestellter eines Betriebes hat Meinrad Müller fremdes Geld in Werbung investiert, sondern immer sein eigenes. Es ist ihm also sehr bekannt, was Risiko bedeutet.

### **Vorwort von Willi Zander**

Wer möchte nicht auch in einfacher Weise erfolgreicher werden?  
Sie auch!

Ich gratuliere Ihnen zu Ihrer Entscheidung, von Meinrad Müller und seiner unglaublichen Kreativität zu partizipieren. In meiner langen unternehmerischen Laufbahn habe ich ganz wenige Menschen kennen gelernt, die so voller Elan und positivem Erfindergeist sind.

Nutzen auch Sie seine Ideen als „Steilvorlage“ für Ihre Zukunft.

Bauen Sie auf diese kreativen Ideen auf, zu Ihrem privaten und unternehmerischen Erfolg. Tue Gutes und sprich darüber. Meinrad Müller spricht darüber in diesem Buch.

Lassen auch Sie sich die Augen öffnen und inspirieren! Viel Erfolg dabei!

Dipl.-Ing. Willi Zander

Lizenznehmer Dale Carnegie für Deutschland und Österreich und internationaler Dale Carnegie Master Trainer

## **Einfach Kunden gewinnen**

---

Dank

Ein Büchlein wie dieses wurde nicht auf einer ruhigen und einsamen Insel geschrieben, sondern entstand mitten im Trubel des Lebens.

Meine Aufgabe bestand lediglich darin, das Tosen des Wasserfalls auf ein Mühlrad zu lenken, um diese ohnehin vorhandene Energie aufzufangen.

Aus Tausenden von Telefonaten und Verkaufsgesprächen, Besuchen, unzähligen Referaten, Seminaren, Radio-, Zeitungs- u. TV-Interviews sind wertvolle Anregungen geblieben. Diese wurden lediglich leicht lesbar für Sie notiert.

Danken möchte ich daher allen lieb gewonnenen Geschäftspartnern, allen meinen treuen Beratern und nicht zuletzt meiner Frau Doris für die emotionale Stärkung, meiner Tochter Daniela für die tatkräftige Mithilfe und meinem Sohn David für dessen kritische Fragen.

Grafrath bei München, Mai 2004

Meinrad Müller

## **Einfach Kunden gewinnen**

---

### **Kompetenz des Autors**

Unter Berücksichtigung jahrelanger Erfahrung kommt der Kommunikationsprofi heute zu folgendem Ergebnis:

Gut 50 % seiner Werbeinvestitionen wären unnötig gewesen, wäre das Wissen, das Sie in Auszügen nachfolgend finden, bereits vor 20 Jahren vorhanden gewesen. Der größte Werbeposten mit 1,05 Millionen DM war zweifelsfrei sein Inserat auf der Rückseite des kiloschweren Postleitzahlenbuches, das 1994 mit 44 Millionen Stück von der Bundespost an alle Betriebe und Haushalte verteilt wurde.

### **Fakten über Erfolge des Autors**

Über 11.000 redaktionelle Berichte wurden über seine originellen PR-Aktionen veröffentlicht. Allein die Anzeigenfläche hierfür hätte über 2,2 Millionen Euro gekostet. Eine Quintessenz von Meinrad Müller ist deshalb: Gute PR ist effizienter und deutlich günstiger als teure und oft ziellos gestreute Werbung. Anzeigen, die allerdings nach Erscheinen redaktioneller Berichte geschaltet werden, zeigen weit größere Wirkung, da sie bereits von der Redaktion empfohlen wurden.

### **Ihr Vorteil**

Gute PR ist, wenn 200 Zeitungen über Sie, Ihre Angebote, Ihre Initiative oder Ihr Produkt berichten. Noch besser ist, wenn dies alles in einer einzigen Woche passiert. Denn das schafft einen hohen Bekanntheitsgrad und Image. Und dies wiederum, verehrter Leser, ist wirkungsvoller als 10 Werbespots im Fernsehen! Wie Sie bestmöglich Aufmerksamkeit erregen können – dies ist Teil des Inhalts vorliegender Schrift.

Sie lesen hier eine Strategiesammlung von Einem, der am eigenen Leibe erlebt hat, wie Werbegelder gezielt gut gemeint eingesetzt wurden. Verlust und Gewinn wurden als Folge von Entscheidungen bewusst getragen und akzeptiert.

### **Starten Sie jetzt**

Ersparen Sie sich diese enormen Werbekosten, wenden Sie nur einige der nachfolgenden im Geschäftsalltag gereiften Methoden an. Machen Sie es einfacher und lassen Sie sich vom Autor dieses Werkes persönlich beraten.

Gehen Sie mit Meinrad Müller auf Entdeckungsreise: Lassen Sie die Handbremse los, genießen Sie die Fahrt in Ihre erfolgreiche Welt! Picken Sie jene Ratschläge heraus, die Sie mit Ihrem technischen und personellen Potenzial sofort selbst umsetzen können und jene, die Sie in Kooperation mit dem Autor in größerem Stile verwirklichen wollen.

Denn Meinrad Müller kann auch Ihr starker Mann an Ihrer Seite sein, wenn es darum geht, Sie in den Medien „unterzubringen“. Er wird Ihnen assistieren, Grenzen zu überschreiten und Brücken zu Ihrer Sie umgebenden Welt zu bauen. Brücken zu potenziellen Kunden und vor allem zu Multiplikatoren wie die Presse. Ihre Welt will erobert werden, folgen Sie Meinrad Müller!

Er wird seine in zwei mühsamen Jahrzehnten erreichte Erfahrung frank und frei mit Ihnen teilen!

### **Wie will der Autor Ihnen helfen?**

Mit vorliegender Schrift bezweckt der Autor, neue PR- und Marketing-Kunden zu finden. Die Zielgruppe erfolgshungriger Menschen ist zu klein, als dass mit diesem Werk Bestseller-Auflagen erreicht werden könnten, um Autorenhonorare zu verdienen.

Doch wie könnten Sie einen Marketing-, Werbe- und PR-Berater besser kennen lernen, als beim Lesen darüber, wie er denkt und vor allem wie er handelt? Kaufen Sie Ihren Weintraubensaft an der Quelle, direkt beim Winzer? Biologisch, gepresst und abgefüllt samt „Schwebeteilchen“. Sie wissen, gefilterter Most ist klar wie Wasser. Direktsaft sieht jedoch so aus, wie er ist: ungeschönt und ehrlich. Übertragen auf dieses Buch: Sie lernen Meinrad Müller hier so kennen, wie er ist, handelt und wie er denkt, inklusive etwaiger Passagen, die Ihnen vielleicht noch zu unbequem sind.

### Was ist sein Erfolgsrezept?

Der Autor pflegt seit 20 Jahren seine Vorliebe für Kundenfindungs-Software, die weder in Regalen noch bei Versandhäusern angeboten wird. Halt, halt, bleiben Sie da! Erschrecken Sie nicht! Ob Sie Brötchen backen oder Generatoren bauen: Professionelle Kundengewinnungs-Software kann heute Ihr moderner Vertrieb sein, den sich wirklich jeder leisten kann, auch Sie! Würden Sie 100 Außendienstmitarbeiter einstellen, die Ihre Botschaft in alle Welt hinaustragen, wenn Sie es sich leisten könnten?



Mit Rauchzeichen Kunden finden?

### Ist ihr Erfolg wirklich nur teuer zu erkaufen?

Wirtschaft sei Krieg, sagen die einen. Und Krieg führen kostet immens viel Geld. Könige haben sich bei Fürsten Geld geliehen, um damit Heere zu finanzieren. Können und wollen Sie dies riskieren? Frieden ist billiger. Lassen Sie das Kämpfen, und buhlen Sie intelligent in friedvoller Weise um die Gunst des Kunden. So gesehen ist die Software, die Ihnen hier vorgestellt wird keine „moderne Armee“, sondern die vielleicht effektivste Friedenstruppe, die Sie sich überhaupt vorstellen können. Effektiv deshalb, weil sie keinem Zeitgeist und keiner kurzlebigen Modeerscheinung folgt, sondern nachhaltig positiv auf Ihr Image wirkt. Und dies behauptet der Autor nicht nur – denn sein jahrzehntelanger Erfolg gibt ihm Recht.

## **Einfach Kunden gewinnen**

---

### **Mit Ihrer Tradition in den Abgrund**

Bedenken Sie: Mit Ihren eigenen Anstrengungen allein konnten Sie vor 30 Jahren noch viel erreichen. Heute sieht die Welt anders aus. Sie müssen sich mit der veröffentlichten Meinung verbünden, um als existent wahrgenommen zu werden. Wie Sie das verwirklichen können, ist Gegenstand dieser Schrift...

### **Seine Ratschläge sind nicht technisch!**

Keine Angst, Sie werden hier nicht mit Technik konfrontiert. Sie erleben die kleinen Helferlein, welche hier vorgeschlagen werden als leicht zu bedienende Programme, so leicht zu bedienen, wie Ihr Handy: Sie wählen bei diesem und telefonieren einfach, ohne sich groß Gedanken zu machen, welche Mammutaufwendungen hinter dem Mobilnetz stecken. Und genau so ist das mit der hier erwähnten Software. Welcher Programmieraufwand dahinter steckt, muss Sie nicht interessieren. Sie dient Ihrem Geschäftserfolg – nur dafür wurde sie konzipiert, entwickelt und programmiert.

### **Was Sie persönlich davon haben werden**

Was haben Sie mit Meinrad Müller gemeinsam? Sie und der Autor sind in der gleichen Branche: Sie bieten Nutzen und werden dafür bezahlt. Drum: Stehen Sie zu Ihren Zielen, vor allem auch in der Öffentlichkeit.

Nachfolgende Ideensammlung entstand während der Arbeitszeit. Immer wieder war es Meinrad Müller möglich, ein, zwei Stunden abzuzweigen, um für Sie seine Erfahrungen zusammenzustellen.

Sie lesen hier die Schrift eines jahrelang erfahrenen Kommunikationsprofis, der am eigenen Leibe gelernt hat, wie dauerhafter Geschäftserfolg, auch in schwierigen Zeiten, herstellbar ist.

### **Fundamentale Einsichten**

Ganz unabhängig davon, in welcher Branche Sie tätig sind und welche Produkte oder Dienste Sie bieten – hinsichtlich Ihrer Kunden und Kundenbeziehungen gilt:

## **Einfach Kunden gewinnen**

---

Kommunikation mit Menschen, welche Ihnen bekannt sind oder welche in persona vor Ihnen stehen, ist die leichteste Form im Umgang mit Kunden. In diesem Fall sind Sie freundlich wie nur ein Kaufmann es sein kann.

Die besondere Herausforderung ist das Meistern der Kommunikation mit Kunden, die gerade nicht in persona vor Ihnen stehen. Denn diese Konstellation gewinnt in Zeiten globaler Vernetzung via E-Mail und Internet dramatisch an Bedeutung. Ziel kann nur sein, in Ihren Kunden unter Einsatz modernster Kommunikationsmethoden ein Gefühl entstehen zu lassen: Das Gefühl, bei Ihnen gut aufgehoben zu sein. Diesem Gefühl folgt ein rationaler Gedanke im Kopf Ihres Kunden: „Hier bin ich gut beraten, hier kümmert man sich um mich. Hier stimmen Preis und Leistung, ich erhalte hier sehr gute Qualität zu einem sehr attraktiven Preis.“ Bedenken Sie, dass die modernsten Kommunikationsformen (Internet, E-Mail, SMS, ...) auch dazu führen, dass Menschen sich untereinander entfremden.

Blicken Sie nur zurück: Die Sippen in der Steinzeit hatten kein Handy, der soziale Kontakt fand von Angesicht zu Angesicht statt.

Während diese in direkter Kommunikation lebten, überwinden wir heute immer größere Distanzen kraft Technik. Wie also kommunizieren Sie erfolgreich über die Distanz, also mit Fremden, Unbekannten oder gar – aus welchen Gründen auch immer – feindselig motivierten Dritten, die Sie zurück ins Boot holen wollen? Sicherlich gibt es viele Wege, dies mit Erfolg umzusetzen. Unabdingbar allerdings ist eine angepasste und erweiterte Form der Kontaktaufnahme, Kontaktpflege und Sympathiegewinnung.

Wichtig ist, das Trennende zu überwinden – mit List, Tücke oder Sympathie. Der Kosovo sei ein schönes Land. Liebliche Berge und Täler, doch umgeben von Nachbarn, mit denen es auszukommen gilt, meinte der UN-Beauftragte anlässlich der WORLD-Bank-Konferenz im Mai 2004 in München.

Und wo Berge (voller Probleme) die Sicht verstellen, wo tiefe Täler den Zugang verbauen, müssen Brücken geschlagen werden. Wer keine Brücken (zum Nachbarn oder Kunden) bauen möchte, provoziert damit geradlinig Konfrontation mit allen ihren Schattenseiten!

## Einfach Kunden gewinnen

---

Wer einem die Hand zur Begrüßung nicht entgegenstreckt erzeugt Misstrauen. Um Ihren Erfolg zu sichern, ist durchdachtes Handeln wichtig. Ebenso wichtig jedoch ist es, unbewusst Erfolg zerstörendes Handeln zu unterlassen.

Nachfolgende Beispiele können Sie der Reihe nach oder "quer Beet" lesen. Sie geben Ihnen einen kleinen Einblick in eine erfolgserprobte Technik, mit der auch Sie Ihren persönlichen und beruflichen Erfolg dauerhaft sichern können!



### **Erfolg ganz einfach!**

#### **oder: Wie Sie die nächste Zeit überleben.**

Sie und Ihr Angebot, unabhängig davon ob sie Teddybären oder Einstellschrauben herstellen, sind Teil der „Unterhaltungs-Industrie“, ob wir das wollen oder (noch) nicht. Der Kunde ist Unterhaltungs-verwöhnt und bemisst auch ernsthafte Angebote nach dem „Fun-Faktor.“

Lassen Sie sich nachfolgend gut unterhalten! Ich bin davon überzeugt, dass Sie, Ihre Kunden und die Presse nur dann Informationen leicht aufnehmen, wenn diese wirklich gut verpackt sind.

Und, wenn Sie das Ziel kennen, können Sie Wege dorthin definieren:

Wollen Sie „nur“ verkaufen?

Wollen Sie „nur“ Gewinn erzielen?

Oder wollen Sie Ihrem Kunden helfen, damit dieser durch Ihre Angebote oder Produkte noch erfolgreicher wird und Sie Stammkunden gewinnen?

Bei diesem letzten Punkt kann und möchte ich Sie unterstützen.

Manche Wege sind steinig, andere sehr steil und schwierig.

## **Einfach Kunden gewinnen**

---

Wieder andere versprechen mehr Erfolg bei weniger Aufwand. Ein sehr attraktiver Weg ist Gegenstand dieser Schrift. Doch zunächst stelle ich Ihnen die Kernfragen, die auf eine Antwort warten:

### **Haben Sie eine Vision? Wenn ja, welche?**

Wohin streben Sie persönlich? Beruflich/Privat

Welche Ziele verfolgen Sie in Zukunft geschäftlich? Und wie wollen Sie diese umsetzen? Nehmen Sie bitte jetzt einen Stift zur Hand und tragen Sie hier Ihre Gedanken ein:

**Privat:** Ich will persönlich in den nächsten sechs Monaten Folgendes erreichen:

.....

.....

.....

.....

.....

.....