



Akquisition von Sponsoren

Kontaktaufnahme mit einem potenziellen Sponsor per Telefonanruf: Mit Worten überzeugen!

Sind Sie ein Kommunikationstalent? Gehen Sie offen auf andere Menschen zu? Sind Sie in der Lage, gut zuzuhören? Sagt man Ihnen Empathie nach? Verfügen Sie über eine sympathische Stimme? Können Sie mit stichhaltigen Argumenten andere überzeugen?

Wenn Sie diese Fragen mit einem klaren „ja“ beantworten, sind das gute Voraussetzungen, um per Telefonanruf einen Erstkontakt mit einem potenziellen Sponsor herzustellen.

Praxistipps:

Reden Sie bei einem Telefonat nicht um den heißen Brei herum! Kommen Sie möglichst schnell zur Sache! Beschränken Sie sich auf das Wesentliche! Machen Sie deutlich, dass Sie sich im Vorfeld über das Unternehmen informiert haben! Halten Sie erste individuelle Kooperationsansätze parat! Arbeiten Sie den Nutzen für den potenziellen Sponsor heraus.

Telefonleitfaden:

Es ist ratsam, vor der Telefonakquisition einen schriftlichen Telefonleitfaden zu erstellen. Dieser gibt Orientierung für das Telefonat. Der Leitfaden ist vor allem hilfreich, wenn der Anrufer noch nicht über ausreichende Akquisitionserfahrung verfügt.

Nachteile bei der Telefonakquisition:

Die Erstkontaktaufnahme per Telefon (**Kaltakquisition**) hat den großen Nachteil, dass der Angerufene kaum Zeit hat, dass angebotene Sponsoringprojekt qualifiziert zu prüfen.

Der Anrufer muss auch stets damit rechnen, dass der Sponsor genau im Augenblick des Anrufes schlecht gelaunt, gestresst, gedanklich woanders oder auf dem Sprung ins nächste Meeting ist. In diesen Situationen können Sie eine Absage erhalten, ohne dass Sie Ihr Angebot ausführlich vorstellen konnten.

Aber auch die „Chemie“ zwischen Anrufer und Angerufenen muss stimmen. Ist dies nicht der Fall, sind die Erfolgsaussichten einer Telefonakquisition gering.

Wichtig!

Stellen Sie sich bei der Telefonakquisition immer darauf ein, dass der Angerufene nicht auf Anhieb die gleiche Begeisterung wie Sie entwickelt! Auch bei einer Absage freundlich bleiben!

Wenn Sie ein positives Feedback vom Angerufenen erhalten, sollten sie schnell nachlegen und ihr Sponsoringangebot zeitnah an den potenziellen Sponsor verschicken! Wichtig ist auch, dass Sie beim Anschreiben auf das Telefonat Bezug nehmen und den Schriftweg wählen, den der Angerufene präferiert (i.d.R. per E-Mail).