Clever
ACCOUNTING

PRAXISRATGEBER

Erste Kunden und Verkauf

So kommen die ersten Kunden und Empfehlungen.

08

CLEVER ACCOUNTING

cleveracc.de

ÜBER DIESEN LEITFADEN

Von der Anfrage zum Kunden

Die ersten Kunden sind die schwersten – später arbeiten Empfehlungen und Erfahrung für dich. Doch auch am Start muss Verkauf weder „Talent" noch Druck sein; es genügt ein einfaches System: wie Anfragen kommen, wie du antwortest, wie du ein Angebot machst und wie du es ruhig abschließt. Dieser Leitfaden gibt genau so ein System – und für mehr Anfragen ist unser Partner **Pokreni Biznis** zur Stelle.

FÜR WEN

Neue Firmen

Für Unternehmer und Selbstständige, die erste (oder nächste) Kunden suchen und Verkauf ohne unangenehmes „Überreden" wollen.

WAS DU BEKOMMST

Ein klarer Prozess

Kundenquellen, Verkaufstrichter, Vorlagen für Antwort und Angebot und einen Weg, Empfehlungen zu erbitten.

INHALT

01	Woher die ersten Kunden kommen	S. 03
02	Verkaufstrichter – der ganze Weg	S. 04
03	Schnelle und gute Antwort auf die Anfrage	S. 05
04	Ein Angebot, das angenommen wird	S. 06
05	Der Abschluss	S. 07
06	Kundenbindung und Empfehlungen	S. 08
07	Mehr Anfragen – unser Partner	S. 09
08	Checkliste und Glossar	S. 10

Hinweis

Clever Accounting ist ein Buchhaltungsbüro; Marketing und die Gewinnung von Anfragen bietet unser Partner Pokreni Biznis. Der Leitfaden ist praktisch und informativ und stellt keine Rechtsberatung dar. Angebots- und Vertragsbedingungen hängen von der Tätigkeit und der Vereinbarung mit dem Kunden ab.

KAPITEL 01

Woher die ersten Kunden kommen

Am Start brauchst du nicht „alles" – du brauchst wenige Kanäle, die du konsequent bespielst. Die häufigsten Quellen erster Kunden:

Quelle	Wie du sie aktivierst
Netzwerk und Empfehlungen	Erzähl Bekannten, was du machst; bitte um Weiterempfehlung
Social Media	Regelmäßiger Content, der Wissen und Ergebnisse zeigt
Website / Landingpage	Klares Angebot und Handlungsaufruf (siehe Leitfaden 08)
Lokal / Community	Gruppen, Veranstaltungen, lokale Partner und Anzeigen
Partnerschaften	Zusammenarbeit mit Firmen mit gleicher Zielgruppe

> **Fokus gewinnt:** Besser zwei Kanäle hervorragend als fünf schlecht bespielen. Wähle das, was deinen Kunden am nächsten ist, und sei einige Monate konsequent, bevor du das Ergebnis bewertest.

SCHNELLSTER START

Warmes Netzwerk

Erste Kunden kommen meist aus bestehenden Kontakten und Empfehlungen. Erstelle eine kurze Liste von Leuten, die deine Arbeit kennen, und teile ihnen persönlich mit, was du anbietest – das ist der günstigste und schnellste Kanal.

KAPITEL 02

Verkaufstrichter

Verkauf ist ein Prozess, kein einzelner Moment. Wenn du weißt, in welcher Phase jeder Kunde ist, weißt du auch, was der nächste Schritt ist.

1. **Anfrage**
   Jemand meldet sich oder zeigt Interesse. Ziel: schnell und professionell antworten.
2. **Gespräch / Qualifizierung**
   Du verstehst das Bedürfnis und prüfst, ob ihr zueinander passt – mit Fragen, nicht mit einem Monolog.
3. **Angebot**
   Klar, auf das Bedürfnis abgestimmt, mit Preis und nächstem Schritt.
4. **Abschluss**
   Beantworte Einwände und vereinbare den Start – ruhig und ohne Druck.
5. **Lieferung und Empfehlung**
   Ausgezeichnete Arbeit → zufriedener Kunde → Bewertung und Empfehlung für neue Anfragen.

> **Verfolge die Phasen:** Führe eine einfache Liste (Tabelle oder Tool), wer in welcher Phase ist und wann der nächste Kontakt ansteht. Die meisten Verkäufe gehen verloren, weil niemand das Gespräch fortgesetzt hat – nicht weil der Kunde „nein" gesagt hat.

KAPITEL 03

Schnelle und gute Antwort auf die Anfrage

Der erste Eindruck im Verkauf ist die Geschwindigkeit. Ein Kunde, der eine schnelle, klare und freundliche Antwort bekommt, ist schon halb auf dem Weg, dich zu wählen.

GESCHWINDIGKEIT

Melde dich schnell

Eine Antwort in den ersten Stunden (oder am selben Tag) erhöht die Chance drastisch – oft ist der schnellere Anbieter der gewählte Anbieter.

RICHTIGE FRAGEN

Verstehe das Bedürfnis

Frage vor dem Preis, was der Kunde braucht, bis wann und was das Ziel ist. Bessere Fragen ergeben ein besseres (und leichter angenommenes) Angebot.

Statt …	Besser
„Der Preis ist 500 €."	„Für ein genaues Angebot ein paar Fragen zu deinem Ziel …"
Antwort nach 3 Tagen	**Antwort am selben Tag, wenn auch kurz**
Knappes „Geht."	Freundlich, mit klarem nächstem Schritt

Eine Vorlage hilft: Bereite eine kurze Antwortvorlage auf Anfragen vor (Begrüßung, 2–3 Fragen, nächster Schritt). Das spart Zeit und stellt sicher, dass keine Anfrage unbeantwortet bleibt.

KAPITEL 04

Ein Angebot, das angenommen wird

Ein gutes Angebot ist klar, passend und leicht zum „Ja". Der Kunde soll sofort sehen, was er bekommt, was es kostet und was der nächste Schritt ist.

INHALT

Was das Angebot enthält

- Was du genau machst (Umfang) und was der Kunde bekommt.
- Preis und Zahlungsbedingungen, klar und ohne Kleingedrucktes.
- Frist und nächster Schritt (wie er annimmt).

KNIFFE

Leichteres „Ja"

- Biete 2–3 Optionen (z. B. Basis / erweitert).
- Hebe die empfohlene Option hervor.
- Füge einen kurzen Nachweis hinzu (Bewertung, Arbeitsbeispiel).

Fokus auf Wert, nicht nur Preis: Erkläre das Ergebnis, das der Kunde bekommt. Ist der Wert klar, wirkt der Preis angemessen – und das Gespräch dreht sich nicht um „teuer/billig".

FRIST GILT

Sanfte Dringlichkeit

Ein Angebot mit einer angemessenen Gültigkeitsfrist („Angebot gilt 7 Tage") fördert höflich die Entscheidung und verhindert, dass das Gespräch wochenlang „hängt".

KAPITEL 05

Der Abschluss

Abschluss ist kein Druck, sondern Hilfe für den Kunden, eine Entscheidung zu treffen. Am meisten gewinnt ruhiges, konsequentes Nachfassen.

1. **Frag nach dem Auftrag**
   Schlage klar den nächsten Schritt vor: „Soll ich dir einen Termin für nächste Woche reservieren?" Viele kaufen nicht, weil niemand gefragt hat.
2. **Löse Einwände**
   „Zu teuer", „ich überlege", „keine Zeit" – höre zu und antworte konkret (Wert, Optionen, Frist).
3. **Fass nach (Follow-up)**
   Kommt keine Antwort, melde dich erneut – höflich und mit Wert, nicht aufdringlich. Die meisten „Ja" kommen nach dem ersten Kontakt.
4. **Erleichtere den Start**
   Ein klarer erster Schritt (Unterschrift, Anzahlung, Termin) verwandelt das „Ja" ohne Verzögerung in einen echten Auftrag.

> **Follow-up ist Gold:** Ein großer Teil der Verkäufe kommt erst nach dem zweiten oder dritten Kontakt zustande. Setze dir eine Erinnerung, das Gespräch fortzusetzen – die am häufigsten versäumte, aber lohnendste Gewohnheit.

KAPITEL 06

Kundenbindung und Empfehlungen

Der günstigste neue Kunde ist ein zufriedener bestehender. Nach guter Lieferung öffnet ein kleiner Schritt die Tür zu Empfehlungen und Wiederkäufen.

NACH DEM AUFTRAG

Schließe den Kreis

- Kurzes „Danke" und Prüfung, ob der Kunde zufrieden ist.
- Bitte um eine Bewertung, solange der Eindruck frisch ist.
- Schlage den nächsten Schritt/die nächste Leistung vor, wenn es passt.

WACHSTUM OHNE ANZEIGEN

Bitte um Empfehlungen

- Frag direkt: „Kennst du jemanden, dem ich helfen könnte?"
- Erleichtere das Teilen (Link, Visitenkarte, Nachricht).
- Bedanke dich für jede Empfehlung.

Empfehlungssystem: Bringt jeder zufriedene Kunde mindestens einen neuen, wird das Wachstum selbsttragend. Empfehlungen passieren selten von allein – meist kommen sie, wenn du höflich darum bittest.

MEHR ANFRAGEN, WENIGER SORGEN

Trichter füllen – Pokreni Biznis

Das Verkaufssystem funktioniert nur, wenn oben in den Trichter ständig Anfragen kommen. Willst du diesen Teil Profis überlassen, kümmert sich unser Partner **Pokreni Biznis** um Marketing, Kampagnen und Lead-Generierung.

WAS SIE TUN

Anfragen bringen

- Content und Anzeigen (Meta / Instagram) für neue Kontakte.
- Landingpages und Kampagnen für konkrete Leistungen.
- Lead-Generierung und Marketing-Automatisierung.

DEIN FOKUS

Auf dem Abschluss

- Du machst, was du am besten kannst – Gespräch und Leistung.
- Marketing und Anfragenzustrom laufen parallel.
- Reports und Optimierung über die Zeit.

pokrenibiznis.de

Willst du jeden Monat mehr Anfragen? Fordere ein Angebot an – wir melden uns.

Angebot anfordern →

Genauer Umfang und Preis werden per Angebot/Vertrag festgelegt. Preise netto; USt. zusätzlich, sofern anwendbar.

ÜBERBLICK

Checkliste und Begriffe

VERKAUFSSYSTEM – CHECKLISTE

- [ ] **1–2 Kanäle** zur Gewinnung von Anfragen laufen konsequent.
- [ ] **Antwortvorlage** für Anfragen bereit (schnelle Antwort).
- [ ] **Angebotsvorlage** mit Optionen, Preis und Frist.
- [ ] **Phasenverfolgung** – Liste, wer wo ist und nächster Kontakt.
- [ ] **Follow-up** für jedes offene Gespräch geplant.
- [ ] **Bitte um Empfehlungen** und Bewertungen nach jedem Auftrag.

KURZES GLOSSAR

Lead / Anfrage
Potenzieller Kunde mit Interesse.

Verkaufstrichter
Weg von der Anfrage zum Kunden über Phasen.

Qualifizierung
Prüfung, ob der Kunde passt.

Angebot
Vorschlag zu Leistung, Preis und Bedingungen.

Abschluss
Auftragsvereinbarung / Annahme des Angebots.

Follow-up
Nachfassen zur Fortsetzung des Gesprächs.

Einwand
Zweifel des Kunden, den man ausräumt.

Empfehlung
Neuer Kunde über einen zufriedenen Kunden.

ALLES FÜR EINEN SICHEREN START

Das Firmengründungs-Paket

Du willst nicht selbst durch alle Ämter und Anmeldungen? Als dein Buchhaltungsbüro übernehmen wir die komplette Firmengründung für dich – ein Paket, ein Preis. **Plus alle 10 E-Guides** für die wichtigsten Themen beim Business-Start.

HÄUFIGSTE WAHL

Firma gründen

Für einen sicheren, professionell organisierten Start.

- ✓ Gewerbeanmeldung
- ✓ Anmeldung bei der Berufsgenossenschaft
- ✓ Betriebsnummer (falls nötig)
- ✓ 60 Min. Unternehmensberatung
- ✓ Persönliche Checkliste der nächsten Schritte
- ✓ Anmeldung beim Finanzamt
- ✓ Anmeldung bei IHK oder HWK
- ✓ Kommunikation mit den Behörden
- ✓ 60 Min. Finanzberatung

ab

399 €

netto · einmalig

Paket kaufen →

Zahlung über Shopify · sicherer Kauf · info@cleveracc.de