

Kontaktaufnahme Marketing-Kooperationen:

Eine geschickte Kommunikation ist für eine erfolgreiche Anbahnung einer Marketingkooperation ganz entscheidend. Die Einzelheiten sind natürlich abhängig davon, in welchem Markt Sie sich bewegen und in welchem Verhältnis Sie zum potentiellen Kooperationspartner stehen. Hier erhalten Sie 10 Punkte, die Ihnen helfen, den potentiellen Kooperationspartner zu überzeugen:

Überzeugen Sie das angesprochene Unternehmen davon, dass...

- 1) Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung absolut nicht im Wettbewerb mit den angebotenen Produkten oder Dienstleistungen des angesprochenen Unternehmens steht.
- 2) (Falls Sie doch einen Mitbewerber ansprechen): Dass das angesprochene Unternehmen (vor allem Unternehmen mit vielen einmaligen Käufern) weitere Einkünfte nur erzielen kann, wenn es seine Kunden erneut anspricht. Eine Kooperation ermöglicht die Kombination aus einer vorhandenen Kundenliste und neuen Produkten oder Dienstleistungen, ohne ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung selbst entwickeln zu müssen.
- 3) Eine Kooperation den potentiellen Umsatz des angesprochenen Unternehmens keinesfalls mindern würde. Ganz im Gegenteil – steht das angesprochene Unternehmen nicht mit Ihnen im direkten Wettbewerb, dann ist durch eine Kooperation ein „Bonus-Umsatz“ zu erzielen, **ohne** nennenswerte Risiko einzugehen.
- 4) Das angesprochene Unternehmen nur einen zu vernachlässigenden Aufwand hat und in der Regel auch kein Geld in die Hand nehmen muss.

Auch im Aufbau von Kooperationspartnern gilt es, ein Angebot zu machen, welches kaum abgelehnt werden kann. Bieten Sie ihrem potentiellen Kooperationspartner Folgendes an, um Bedenken und Einwände frühestmöglich aus dem Weg zu räumen:

Sie versichern dem angesprochenen Unternehmen, dass...

- 5) Sie alle Marketingmaterialien bereitstellen werden.
- 6) Sie die Verantwortung und Haftung für jedes abgewickelte Produkt übernehmen.
- 7) Man als Kooperationspartner absolute Transparenz haben wird, d.h. über Analyse-Tools oder andere Wege den Zugang zu Informationen erhält, die alle Transaktionen verifizieren und transparent machen, so dass kein Geld an denen „vorbei geht“.

Um nicht sofort in der Anbahnung einer Kooperation zu scheitern, achten Sie auf folgende Punkte:

- 8) Seien Sie transparent und liefern Sie genug Informationen über sich selbst und Ihr Produkt, damit Ihr gegenüber weiß, mit wem er spricht.
- 9) Kommunizieren Sie klar Ihre Gedanken und Intentionen hinter Ihrer Anfrage.
- 10) Brechen Sie die Zahlen für Ihr gegenüber herunter und machen Sie leicht erkennbar, was für ihn zu gewinnen ist.

Zusatz-TIPP: Nutzen Sie B2B Plattformen wie LinkedIn oder Xing, um direkt mit den Entscheidern der jeweiligen Unternehmen zu kommunizieren.