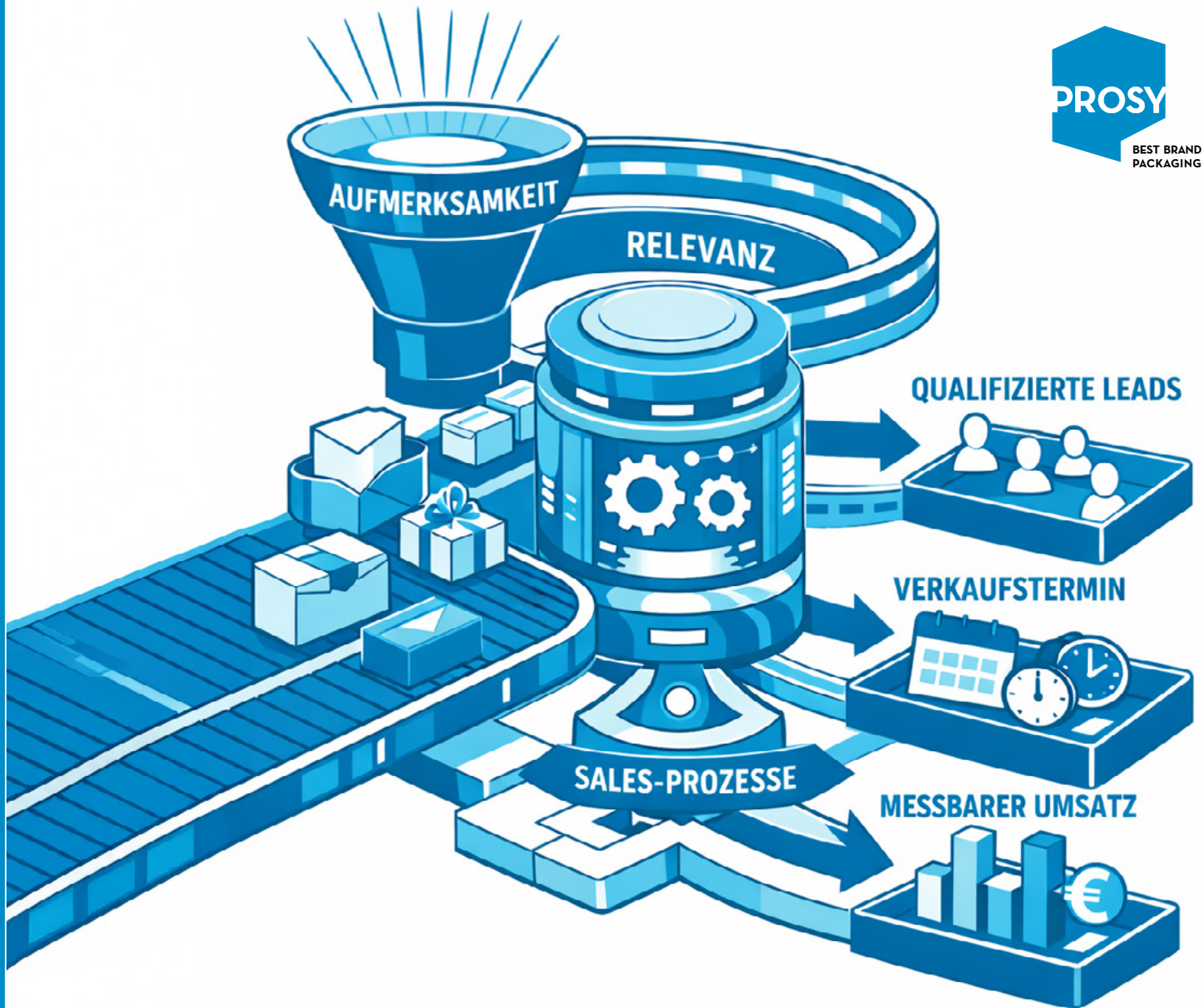


Die Umsatzmaschine für Ihre Akquise

Wie aus kreativen Mailings ein verkaufstarkes System
für mehr Neukunden, mehr Termine und mehr Umsatz wird

Ein **Whitepaper** für Unternehmen, die Wachstum nicht dem Zufall überlassen möchten - sondern Akquise so aufbauen wollen, dass Aufmerksamkeit, Relevanz und Vertrieb sauber zusammenspielen.

Fokus: Kleine und mittelständische Unternehmen, die neue Kunden gewinnen und bestehende Vertriebsaktivitäten wirksamer machen möchten.
Sales Packs: Mailing Box, Die Preiswerte und The Hybrid - jeweils abgestimmt auf Zielgruppe, Botschaft und Vertriebsziel.



Die Umsatzmaschine für Ihre Akquise

Wie aus kreativen Mailings ein verkaufstarkes System für mehr Neukunden, mehr Termine und mehr Umsatz wird

Ein Whitepaper für Unternehmen, die Wachstum nicht dem Zufall überlassen möchten - sondern Akquise so aufbauen wollen, dass Aufmerksamkeit, Relevanz und Vertrieb sauber zusammenspielen.

Fokus: Kleine und mittelständische Unternehmen, die neue Kunden gewinnen und bestehende Vertriebsaktivitäten wirksamer machen möchten. Sales Packs: Mailing Box, Die Preiswerte und The Hybrid - jeweils abgestimmt auf Zielgruppe, Botschaft und Vertriebsziel.



Die Umsatzmaschine für Ihre Akquise

Wie aus kreativen Mailings ein verkaufstarkes System für mehr Neukunden, mehr Termine und mehr Umsatz wird

Ein Whitepaper für Unternehmen, die Wachstum nicht dem Zufall überlassen möchten - sondern Akquise so aufbauen wollen, dass Aufmerksamkeit, Relevanz und Vertrieb sauber zusammenspielen.

Fokus: Kleine und mittelständische Unternehmen, die neue Kunden gewinnen und bestehende Vertriebsaktivitäten wirksamer machen möchten. Sales Packs: Mailing Box, Die Preiswerte und The Hybrid - jeweils abgestimmt auf Zielgruppe, Botschaft und Vertriebsziel.

Warum klassische Akquise heute oft verpufft

Viele Unternehmen investieren Zeit, Budget und Energie in Neukundengewinnung – und bleiben trotzdem unter ihren Möglichkeiten.

E-Mails werden übersehen. Standard-Mailings wirken austauschbar. Telefonakquise ohne Vorbereitung ist mühsam. Und selbst gute Angebote schaffen es oft nicht, beim richtigen Ansprechpartner echte Aufmerksamkeit auszulösen.

Das Problem liegt oft nicht in der Leistung Ihres Unternehmens. Das Problem liegt im ersten Eindruck – und darin, dass zwischen Botschaft und Vertrieb zu viel Wirkung verloren geht.

Wer heute wachsen will, braucht mehr als Sichtbarkeit. Entscheidend ist, ob Akquise auffällt, relevant wirkt und den nächsten Schritt vorbereitet: ein echtes Gespräch.

Was Sales Packs anders machen

Sales Packs verbinden Verpackung, Botschaft und Vertriebslogik zu einem System. Das Ziel ist nicht nur Versand, sondern eine Ansprache, die bei Wunschkunden Interesse auslöst und Ihrem Unternehmen einen deutlich stärkeren Einstieg in den Vertrieb ermöglicht.

AUS EINER SENDUNG WIRD EIN SYSTEM

- eine klare Botschaft für die richtige Zielgruppe
- ein aufmerksamkeitsstarkes Format
- professionelle Gestaltung und Produktion
- Versand mit System
- strukturiertes Nachfassen mit Vertriebsleitfaden

Die 5 größten Fehler in der klassischen Akquise

Viele Akquise-Maßnahmen scheitern nicht, weil das Angebot zu schwach wäre. Sie scheitern, weil Relevanz, Aufmerksamkeit und vertriebliche Weiterführung nicht sauber zusammenspielen.

1. Die Botschaft ist zu allgemein

Viele Unternehmen sprechen zuerst über Leistungen, Qualität und Erfahrung – aber zu wenig darüber, welches konkrete Problem beim Empfänger gelöst wird.

2. Der erste Eindruck ist zu austauschbar

Standardbriefe, gewöhnliche Mailings oder generische Werbemittel wirken wie vieles, was täglich im Posteingang oder Briefkasten landet. Was austauschbar aussieht, wird meist auch austauschbar behandelt.

3. Es fehlt an echter Relevanz für die Zielgruppe

Akquise funktioniert nur dann, wenn die Ansprache auf die richtigen Menschen ausgerichtet ist. Ohne klare Relevanz entsteht keine Verbindung – und ohne Verbindung entsteht kein Gespräch.

4. Versand und Vertrieb sind nicht aufeinander abgestimmt

Ein Mailing allein verkauft noch nicht. Der eigentliche Vertriebswert entsteht erst dann, wenn Versand und Nachfassen aufeinander einzahlen und Ihrem Unternehmen einen klaren Gesprächseinstieg ermöglichen.

5. Es fehlt ein systematischer Folgeprozess

Viele gute Ideen verlieren ihre Wirkung, weil sie nicht konsequent weitergeführt werden: kein Nachtelefonieren, kein Leitfaden, kein Timing, keine Priorisierung.

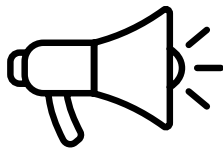
Wie Sales Packs aus Aufmerksamkeit echte Gespräche machen

Aufmerksamkeit allein reicht in der Akquise nicht aus. Entscheidend ist, was danach passiert.

Ein Sales Pack ist so aufgebaut, dass es nicht nur auffällt, sondern gezielt eine Reaktion auslösen soll. Es geht nicht darum, einfach etwas Schönes zu verschicken. Es geht darum, Ihrem Unternehmen einen Gesprächsanlass zu verschaffen, der im Vertrieb weiterverarbeitet werden kann.

Was ein gutes Sales Pack leisten muss

- Aufmerksamkeit erzeugen
- Ihre Botschaft klar und verständlich transportieren
- Ihre Marke greifbar machen
- Relevanz beim Empfänger schaffen
- das Nachfassen vertrieblich vorbereiten

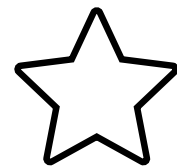


1. Eine klare Botschaft

Am Anfang steht nicht die Verpackung, sondern die Aussage: Welches Problem löst Ihr Unternehmen? Welches Bedürfnis wird angesprochen? Warum ist das für genau diesen Wunschkunden relevant?

2. Eine Gestaltung, die Interesse auslöst

Design ist nicht nur Optik. Design ist Verkaufspsychologie. Form, Aufbau, Text, Haptik und Verpackung entscheiden mit darüber, ob Ihr Mailing geöffnet, gelesen und ernst genommen wird.



3. Ein professioneller Versand

Von der Produktion bis zum Versand muss alles sauber, hochwertig und abgestimmt sein. Der Empfänger soll sofort merken: Hier steckt Struktur dahinter.

4. Nachtelefonieren mit Plan

Das Sales Pack schafft Aufmerksamkeit und öffnet die Tür. Das Nachfassen macht daraus ein Gespräch. Mit Leitfaden, Timing und Gesprächsstruktur kann Ihr Unternehmen deutlich sicherer und wirkungsvoller anschließen.



So wird Akquise mit Sales Packs planbarer

Für Unternehmen, die wachsen wollen und merken, dass klassische Akquise oft zu wenig Reaktion auslöst.

Typische Herausforderungen

- Ihr Unternehmen investiert in Akquise, erhält aber zu wenig qualifizierte Rückmeldungen.
- E-Mails, Werbebriefe oder klassische Maßnahmen erzeugen zu wenig Aufmerksamkeit.
- Das Angebot hat Potenzial, landet aber nicht konstant genug bei den richtigen Wunschkunden.
- Es fehlt ein klarer Akquiseprozess, der nicht nur sichtbar macht, sondern echte Gespräche vorbereitet.
- Wachstum soll nicht über beliebige Massenwerbung entstehen, sondern über eine gezielte und professionelle Ansprache.

Der Zielzustand

- Ihre Marke landet direkt bei den richtigen Entscheidern und bleibt stärker im Kopf als klassische Werbung.
- Akquise erzeugt nicht nur Sichtbarkeit, sondern konkrete Gesprächsanlässe.
- Ihr Unternehmen spricht gezielter mit passenden Wunschkunden statt mit unqualifizierter Streuung.
- Der Vertrieb kann auf einem vorbereiteten Erstkontakt aufbauen und deutlich leichter einsteigen.
- Es entsteht eine bessere Grundlage für planbare Neukundengewinnung und weiteres Wachstum.

Die Sales-Pack-Lösung

- Entwicklung einer verkaufstarken Botschaft, die ein konkretes Problem oder Bedürfnis der Zielkunden adressiert
- Gestaltung eines aufmerksamkeitsstarken Mailings – abgestimmt auf Marke, Zielgruppe und Vertriebsziel
- Produktion und professioneller Versand an die relevanten Wunschkunden
- 1:1-Anleitung für das Nachtelefonieren, damit aus Aufmerksamkeit konkrete Gespräche werden
- Aufbau eines klaren Akquise-Prozesses mit Fokus auf mehr Termine, mehr Neukunden und mehr Umsatz

Vom Werbemittel zum Vertriebstool

Für Unternehmen, die bereits akquirieren, aber mehr Wirkung, mehr Relevanz und mehr Vertrieb aus ihren Maßnahmen herausholen möchten.

Typische Herausforderungen

- Akquise ist vorhanden, aber nicht stark genug, um wirklich neue Dynamik im Vertrieb auszulösen.
- Viele Maßnahmen sehen ordentlich aus, bringen aber zu wenig Reaktion.
- Die Botschaft geht in der Masse unter, weil sie zu ähnlich, zu allgemein oder zu wenig greifbar ist.
- Marketingmaßnahme und Vertriebsprozess greifen nicht sauber ineinander.
- Neue Kunden sollen gewonnen werden, ohne dass jede Aktion wieder bei null beginnt.

Der Zielzustand

- Akquise wirkt professioneller, hochwertiger und relevanter für die richtigen Zielkunden.
- Maßnahmen erzeugen mehr Aufmerksamkeit und mehr Erinnerung bei Entscheidern.
- Der Vertrieb baut nicht mehr auf Kaltstart, sondern auf bereits erzeugtem Interesse auf.
- Ihr Unternehmen wird nicht nur gesehen, sondern als ernstzunehmender Anbieter wahrgenommen.
- Aus einzelnen Mailings entsteht ein Prozess, der langfristig mehr Gespräche, mehr Chancen und mehr Umsatz ermöglicht.

Die Sales-Pack-Lösung

- Akquise nicht als Einzelmaßnahme denken, sondern als aufeinander abgestimmtes System
- Wunschkunden gezielt mit hochwertigen Formaten ansprechen, statt nur breite Werbung zu streuen
- Marke, Botschaft und Verpackung so kombinieren, dass Relevanz und Aufmerksamkeit gleichzeitig entstehen
- Den Versand strategisch einsetzen, um den Vertrieb besser vorzubereiten
- Nachfassgespräche systematisieren, damit aus Mailings echte Termine und Verkaufschancen werden

Die 3 Sales-Pack-Varianten im Überblick

Je nach Ziel, Zielgruppe und Kampagnenidee gibt es unterschiedliche Wege, wie ein Sales Pack aufgebaut sein kann. Alle drei Varianten verfolgen dasselbe Ziel: mehr Aufmerksamkeit, mehr Gespräche und mehr Vertriebschancen.

VARIANTE	KURZPROFIL	IDEAL FÜR
Mailing Box	3D-Mailing für maximale Aufmerksamkeit. Inkl. Layoutgestaltung und Werbebrief.	ausgewählte Wunschkunden, Giveaways, Gutscheine, hochwertige Erstkontakte
Die Preiswerte	Skalierbare Lösung mit Werbebrief und Kuvert. Inkl. komplettem Design und Textvorschlag.	größere Stückzahlen, wirtschaftliche Kampagnen, saubere B2B-Akquise
The Hybrid	Digitale Videokarte mit individuellem Layout und Verkaufsvideo.	persönlichere, modernere und erklärungsbedürftige Vertriebsansprache

→ Welche Variante die richtige ist, hängt davon ab, wen Ihr Unternehmen erreichen will, wie die Botschaft aufgebaut ist und welches Vertriebsziel verfolgt wird.

Für wen Sales Packs besonders interessant sind

Sales Packs sind ideal für kleine und mittelständische Unternehmen, die Wachstum nicht dem Zufall überlassen wollen. Besonders dann, wenn Ihr Unternehmen:



aktiv wachsen und neue Märkte erschließen möchte



Wunschkunden gezielt ansprechen möchte



mit klassischer Akquise unzufrieden ist



die eigene Marke hochwertig positionieren möchte



erklärungsbedürftige Produkte oder Leistungen anbietet



mit begrenzten Ressourcen mehr Wirkung erzielen möchte

Gerade für KMU ist entscheidend, dass Akquise nicht nur Aufwand verursacht, sondern echte Chancen schafft. Sales Packs verbinden genau das: Wirkung, Relevanz und vertriebsnahe Umsetzung.



So läuft ein Sales-Pack-Projekt konkret ab

1. Ziel und Zielgruppe verstehen

Am Anfang steht die Frage: Wen soll Ihr Unternehmen erreichen - und was soll konkret passieren? Zielgruppe, Angebot, Vertriebsziel und gewünschte Wirkung bilden die Basis.

2. Verkaufstarkes Konzept entwickeln

Gemeinsam werden Kernbotschaft, Tonalität, Format und die passende Sales-Pack-Variante festgelegt. Nicht irgendein Mailing, sondern ein Konzept mit vertrieblicher Aufgabe.

3. Gestaltung, Layout und Produktion

Prosy übernimmt die kreative und operative Umsetzung - passend zu Marke, Botschaft und Zielgruppe Ihres Unternehmens.

4. Versand durch uns

Das Sales Pack wird professionell vorbereitet, konfektioniert und an die gewünschten Empfänger verschickt.

5. Nachtelefonieren mit System

Ihr Unternehmen erhält eine 1:1-Anleitung mit Gesprächsleitfaden, Timing-Hinweisen und Gesprächsstruktur für das Nachfassen.

6. Gespräche, Termine und neue Chancen

Ziel sind mehr qualifizierte Gespräche, mehr Termine und mehr echte Chancen im Vertrieb.

Was Sales Packs von klassischer Werbung unterscheidet

Viele Werbemaßnahmen erzeugen zwar Sichtbarkeit, aber keine echte Bewegung im Vertrieb. Genau hier liegt der Unterschied.

Klassische Werbung will oft nur gesehen werden. Sales Packs sind auf Reaktion ausgelegt. Sie sollen beim richtigen Empfänger Neugier, Interesse und Gesprächsbereitschaft auslösen.

Der große Unterschied: Marketing und Vertrieb arbeiten zusammen. Die Botschaft bereitet vor, die Gestaltung schafft Aufmerksamkeit, der Versand bringt die Sendung an die richtige Stelle und das Nachfassen macht daraus eine echte Kontaktchance.

Nicht Reichweite um jeden Preis, sondern Relevanz beim richtigen Kunden. Gerade im B2B-Bereich ist das oft wirkungsvoller.

Ein gutes Sales Pack bleibt physisch präsent. Es wird geöffnet, angefasst, gelesen und bewusster wahrgenommen - und genau das stärkt die Erinnerung an Ihr Unternehmen.





Jetzt aus Akquise eine Umsatzmaschine machen

Viele Unternehmen investieren in Werbung, Vertrieb und Sichtbarkeit – aber nur ein Teil dieser Maßnahmen führt am Ende wirklich zu neuen Gesprächen, neuen Chancen und neuen Kunden.

Sales Packs verbinden eine starke Botschaft, professionelle Umsetzung, ein aufmerksamkeitsstarkes Format und einen klaren vertrieblichen Folgeprozess.

Das Ergebnis: mehr Sichtbarkeit bei den richtigen Kontakten, bessere Gesprächseinstiege und eine stärkere Basis für neue Aufträge.

Kostenlose Sales-Pack-Potenzialanalyse

Gemeinsam schauen wir, welche Variante zu Ihrem Unternehmen passt, wie die Botschaft vertriebsstärker aufgebaut werden kann und wie aus Akquise ein klarer Weg zu mehr Gesprächen, mehr Terminen und mehr Umsatz wird.

Vielleicht fehlt Ihrem Unternehmen aktuell nicht das richtige Angebot – sondern die richtige Art, damit bei den richtigen Kunden anzukommen.



**BEST BRAND
PACKAGING**

Prosy Packaging GmbH

Kleinfeld 8a, A-6341 Ebbs | T +43 5373 42983 | info@prosy.at