



Checkliste:

Wie Sie ein Akquisetelefonat optimal gestalten

Immer auf der sicheren Seite:

Bevor wir Ihnen eine Datei zum Download anbieten, haben wir sie auf Viren untersucht und digital signiert. Dateien, die Sie direkt von uns erhalten, sind somit garantiert virenfrei.

So arbeiten Sie mit diesem Dokument:

Auf der folgenden Seite beginnt die Checkliste "Wie Sie ein Akquisetelefonat optimal gestalten", die Sie individuell nach Ihren Anforderungen bearbeiten können. In der Checkliste sind die wichtigsten Informationen und Praxishinweise zum Thema "Wie Sie ein Akquisetelefonat optimal gestalten" zusammengefasst. Die Checkliste oder Teile daraus können Sie auch markieren und über die Tastenkombination [Strg] + [C] oder über das Menü Bearbeiten > Kopieren in die Zwischenablage von Windows kopieren und dann über die Tastenkombination [Strg] + [V] oder über das Menü Bearbeiten -> Einfügen ganz einfach in Ihre eigene Geschäftsvorlage einfügen.



Vorbereitung	ja
Kundeninformationen bereitgelegt?	
Gesprächsziel festgelegt?	
Telefonleitfaden entwickelt?	
Störquellen ausgeschaltet?	
Durchführung	ja
Begrüßungsformel laut und deutlich ausgesprochen? Namen und Unternehmen genannt?	
Namen des Gesprächspartners notiert?	
Entscheider erreicht?	
Grund für Anruf klar gemacht?	
Nutzen des Gesprächs für den Kunden verdeutlicht?	
Einwände des Kunden ausgeräumt?	
Ggf. Termin für persönliches Gespräch vereinbart?	
Ort, Zeit und Dauer des Termins notiert und im Gespräch wiederholt?	
Ggf. bereits grobe Agenda für den Termin abgesprochen?	
Austausch von Informationsmaterial besprochen?	
Die Entscheidung des Angerufenen bestätigt?	
Dank an den Angerufenen ausgesprochen?	
Nachbereitung	ja
Kontaktbericht für die Nachbereitung ausgefüllt?	
Neue Erkenntnisse in Datenbank übertragen?	
Absprachen aus Gespräch nachbereitet?	



Der richtige Start am Telefon

Das Telefon ist eines der wichtigsten Instrumente im Verkauf. Der folgende kurze Beitrag soll Ihnen Ideen und Anregungen zum erfolgreichen Start in ein Telefonat liefern.

Möglicher Ablauf des Starts am Telefon:

- Tagesgruß
- Vorstellung mit Namen und Unternehmensnamen
- Sich verbinden lassen mit dem Partner
- Um Erlaubnis bitten mit dem Partner zu sprechen
- Grund des Anrufes benennen, dabei Nutzen formulieren
- Mit einer Frage aufhören
- Pause
- Partner Gelegenheit geben zu antworten

Übrigens: Mit unserem Anruf unterbrechen wir den Kunden auf jeden Fall. Möglicherweise stören wir sogar. Bitten Sie um Erlaubnis, jetzt mit dem Kunden sprechen zu dürfen!

Der Start entscheidet über den weiteren Verlauf des Telefonats! Der erste Satz ist vergleichbar mit dem Anlasser eines Automotors. Er bringt das Gespräch in Gang, wird aber sofort abgestellt, wenn der Motor (Gesprächspartner) anspringt.

Der Satz, mit dem Sie Ihr Gespräch beginnen, muss eine Belohnung und/oder einen Nutzen enthalten oder vom Partner positiv erlebt werden können. Aber denken Sie bitte daran: Lieber nur einen kurzen Satz, als einen ganzen Monolog.

Mögliche „Aufhänger“ für den Start des Gesprächs

- Allgemeine Situation
- Wetter, Jahreszeit
- Presseberichte
- Partnersituation
- Tätigkeit, das Äußere, Werbung der Firma
- Aus dem eigenen Bereich
- Aus der Firma, Interessenkreis, Erfahrungen
- Der konkrete Gesprächsinhalt
- Sonderaktionen
- Preise, neue Produkte, Updates etc.



Vorsicht bei den Themen: Politik, Sport und Religion

Antwortet Ihnen Ihr Partner auf Ihren ersten Satz, hören Sie bitte genau zu. Theoretisch können Sie nämlich jedes seiner Worte als Aufhänger für Ihre Weiterführung benutzen.

Komplettieren Sie Ihre Adressen

- Vollständiger Name und Titel
- Genaue Funktion, Abteilung
- Durchwahl

Bringen Sie Ihren Schreibtisch in Ordnung

- Unordnung lenkt ab
- Bei der Telefonakquise liegt auf Ihrem Schreibtisch nur: Ihr Kalender, Notizblock, Schreiber.
- Legen Sie alle Vorgänge wie Reklamationen und ähnliche Dinge außer Sichtweite.
- Notieren Sie Ihre besten Argumente und motivierende Leitsätze.

Setzen Sie sich konkrete Ziele

- Was wollen Sie erreichen?
- Sie wollen nicht über Ihr Produkt plaudern, sondern einen Termin für ein persönliches Gespräch vereinbaren.
- Nur im persönlichen Gespräch können Sie die Gesamtpower Ihrer Person einbringen.
- Nur wenn Sie dem Kunden gegenüber sitzen, können Sie etwas zeigen, anfassen lassen.
- Die Ziele geben Ihrem Telefongespräch automatisch mehr Struktur und Überzeugungskraft.

Der Ton macht die Musik

- Sprechen Sie langsamer, das klingt selbstsicherer.
- Wenn Sie zu schnell reden, fürchtet Ihr Gesprächspartner, Sie wollen ihm was aufschwätzen.
- Artikulieren Sie deutlich und sorgfältig.
- Machen Sie Pausen. Pausen suggerieren Kompetenz und erleichtern die Informationsaufnahme.
- Heben und senken Sie Ihre Stimme, wechseln Sie die Sprechgeschwindigkeit.
- Machen Sie Gesten. Ihre Körperhaltung überträgt sich am Telefon.
- Wenn Sie lächeln, bekommt Ihre Stimme einen weicheren, angenehmeren Sound.
- Wenn Sie stehen, wirken Sie dynamischer. Im Stehen atmen Sie tiefer, Ihr Gehirn bekommt mehr Sauerstoff und Ihre Denkfähigkeit wird aktiviert. Ihre Stimme klingt voller und kräftiger.
- Sprechen Sie Ihren Kommunikationspartner öfter mit seinem Namen an. Nichts hört der Mensch lieber, als seinen Namen.



Der gute Start entscheidet

"Guten Tag Herr Kunde."Vier Sekunden Pause.

"Rainer Behrens von Huber Electronic "... Drei Sekunden Pause.

- Die meisten Verkäufer verschenken ihren Namen, weil Sie ihn zu schnell und zu undeutlich formulieren.
- Durch die Nennung Ihres kompletten Namens suggerieren Sie Sicherheit und geben dem Kunden außerdem die Chance, Ihren Namen und Ihre Firma komplett zu erfassen.
- Nennen Sie Ihren Vornamen. Das gibt dem Telefonkontakt etwas frisches und spritziges.

Wecken Sie schnell das Interesse

- Kommen Sie zur Sache. Labern Sie nicht herum, aus Angst vor dem Nein des Kunden.
- Ein Anruf stört zunächst einmal. Der Angerufene wird aus seiner Arbeit gerissen.
- Der Kommunikationspartner ist Ihnen dankbar, wenn er sofort weiß, um was es geht, warum Sie ihn anrufen.

Das interessiert einen Entscheider:

- Wie kann ich Kosten sparen?
- Wie kann ich wirtschaftlicher arbeiten?
- Wie kann ich die Arbeitsbedingungen für meine Mitarbeiter verbessern?
- Wie kann ich die Fehlerquote reduzieren?
- Wie kann ich den organisatorischen Ablauf verbessern?
- Wie kann ich mich noch besser vom Wettbewerb abheben?

Weniger ist mehr

- Konzentrieren Sie sich am Telefon auf Ihr Ziel: Termin vereinbaren und neugierig machen. Gelingt Ihnen das, dann haben Sie die erste wichtige Stufe des Verkaufszyklus erfolgreich erreicht.
- Geben Sie dem Kunden in erster Linie nur Nutzenargumente als Interessewecker, ohne über Einzelheiten zu sprechen.
- Hüten Sie sich vor Beschreibungen von komplexen Abläufen oder technischen Eigenschaften. Damit ist das Kommunikationsmedium Telefon überfordert.

Frage nach Termin in Alternativtechnik

Der geschickte Verkäufer formuliert seine Fragen in Alternativtechnik:

"Herr Frank, was halten Sie vom Dienstag 9.30 Uhr, oder ist es Ihnen am Nachmittag ab 15 Uhr lieber?"

- Die Chance, dass der Kunde Nein sagt, ist bei der Alternativtechnik 50 Prozent kleiner. Der Kunde -- beschäftigt sich nicht mit Termin oder Nicht-Termin, sondern mit Vormittag oder Nachmittag.
- Ihre Erfolgsaussichten, einen Termin zu bekommen, sind immer größer, wenn Sie Vorschläge machen. Wer fragt, der führt.



Arbeiten Sie mit krummen Uhrzeiten

- Alle Verkäufer des Marktes wollen um 10 Uhr und um 14 Uhr einen Termin haben. Wenn Sie das gleiche anstreben, sind Sie ein Gleicher unter Gleichen und damit für den Entscheider nicht interessant.

- Gute Verkäufer wissen, dass der Vormittag auch für den Kunden die aktivste Zeit ist und er meist terminlich voll ausgefüllt ist.

Sie schlagen deswegen auch Uhrzeiten vor: Am frühen Morgen, am späten Nachmittag. Und wer sagt denn, dass der Kunde zwischen 12 und 14 Uhr mit seiner Mittagspause voll ausgefüllt ist.

- Die Termine zu vollen Uhrzeiten sind ständig belegt. Verhandlungen, Besprechungen, Mitarbeitergespräche werden in der Regel zu vollen Uhrzeiten angesetzt. Jetzt kommen auch noch Sie und wollen einen Besprechungstermin. Die Chance, einen freien Slot zu finden ist eher gering.

- Planen Sie Ihre Termine flexibler. Wenn Ihr Gesprächspartner um 10 Uhr eine Besprechung hat, ist er vielleicht um 10.45 Uhr wieder frei.

Scheuen Sie sich nicht, zu krummen Zeiten einen Termin vorzuschlagen:
9.30 Uhr, 11.45 Uhr, 14.15 Uhr.

- Krumme Uhrzeiten haben noch einen zusätzlichen positiven Effekt: Der Kunde hat das Gefühl, dass Sie sich als Verkäufer exakt planen, sich auf das wesentliche konzentrieren und ihm damit nicht die Zeit stehlen.

Das Telefonat richtig abschließen

Wenn es Ihnen gelungen ist, einen Termin beim Entscheider zu bekommen, dann wissen Sie immer noch nicht:

- Hat er den Termin auch notiert?
- Hat er Ihren Namen und Ihre Firma richtig registriert?
- Es genügt nicht, wenn der Kunde sagt: "Ja ist ok, kommen Sie dann."

So sichern Sie den Termin:

"Herr Meier, ich notiere mir jetzt: 23.1.97 um 9.30 Uhr. Nochmals zu Ihrer Erinnerung: Mein Name ist Frank Schulze von der Firma Kornbichler.

Herr Meier, ich freue mich auf unser Gespräch. Auf Wiederhören."

Wenn zwischen Ihrem Telefonkontakt und dem Termin ein Abstand ab 2 Wochen liegt, dann schicken Sie dem Kunden einen kurzen Dreizeiler als Terminbestätigung.



Überwinden Sie Einwände

- Am Telefon haben Sie nicht viel Zeit, über die Ihnen servierten Einwände nachzudenken und nach Methoden der Einwandbehandlung zu suchen.
- Es ist für Sie leichter, drei wirksame Methoden zu beherrschen, mit denen die meisten Einwände aus dem Weg geräumt werden können.

Einwände könnten sein:

- Haben vor zwei Monaten eine neue Anlage gekauft.
- Wir sind gerade in der Messevorbereitung, darum keine Zeit.
- Wir haben Investitionsstop wegen Kurzarbeit.
- Die Entscheidung über Anschaffungen werden nicht hier, sondern in der Zentrale getroffen.

So funktioniert die Bumerang-Methode:

"Ich habe keine Zeit!"

"Herr Schulze, gerade deshalb bitte ich Sie um einen Besprechungstermin. Denn ich möchte Ihnen Möglichkeiten aufzeigen, wie Sie in Zukunft noch mehr Zeit einsparen können."

"Wir fahren einen strikten Sparkurs."

"Das trifft sich gut Herr Meier, denn gerade zum Thema Kosten sparen möchte ich Ihnen einige Modelle vorstellen."

So funktioniert die Festlegungsmethode:

"Es ist im Moment ungünstig, wir müssen sparen."

"Herr Meier, das bedeutet also: Sie geben mir nur dann einen Termin, wenn ich Ihnen in unserem Gespräch Möglichkeiten aufzeige, wie Sie zusätzlich Kosten sparen können."

"Das kommt für uns nicht in Frage, das ist zu teuer."

"Herr Meier, das heißt: Sie geben mir dann einen Termin, wenn ich Ihnen eine Lösung aufzeigen kann, die in Ihren Investitionsrahmen passt."

So funktioniert die bedingte Zustimmung:

"In der jetzigen Phase ist über eine Neuanschaffung überhaupt nicht zu denken. Es gilt nur eines: SPAREN, SPAREN, SPAREN!"



"Herr Meier, das gebe ich Ihnen Recht. Das sehe ich genau so. Gerade deswegen bitte ich Sie um einen Termin, denn ich möchte Ihnen zeigen, wie Sie noch mehr Kosten sparten können."

Das Bollwerk Vorzimmer

Welche Funktion hat die Sekretärin am Telefon?

- Sie selektiert wichtige von unwichtigen Anrufern.
- Sie prüft, ob dies überhaupt ein Thema für den Chef ist.
- Sie schirmt den Chef vor Zeitfressern ab.
- Sie koordiniert Termine.

So kommunizieren Sie mit ihr:

Klingen Sie wichtig und selbstbewusst, ohne Dominanzgehabe.

- Nennen Sie die Dame beim Namen.
 - Behandeln Sie sie charmant und höflich. Aber niemals untertänig.
 - Reden Sie mit ihr so, als wenn Sie auf der gleichen Ebene wie ihr Chef stehen:
"Frau Berger, bitte verbinden Sie mich doch mit Herrn Meier."
 - Erzählen Sie keinen technischen Schnickschnack am Telefon.
- Sprechen Sie von Terminen, Abstimmungen und Nutzen.

"Worum geht es?"

"Frau Berger, es geht um einen Gesprächstermin mit Herrn Meier. Ich möchte Herrn Meier eine ganz bestimmte Lösung vorstellen, die für ihn als Geschäftsführer gerade jetzt wichtig ist."

"Frau Berger, führen Sie den Terminkalender von Herrn Meier?"

Die wichtigste Regel

Trauen Sie sich! Haben Sie keine Angst vor Absagen. Nehmen Sie Absagen als etwas Selbstverständliches hin. Es liegt nicht nur an Ihnen, wenn Sie keinen Termin bekommen. Geben Sie nie auf.