Bitte um Anruf

Bei Anruf Umsatz? Leider entscheiden sich viel zu wenige Makler für den goldenen Mittelweg in Sachen Akquise. Während die vermeintlichen Topseller zur Kategorie Wadenbeißer gehören und selbst Eskimos einen Kühlschrank verkaufen würden, finden sich unter dem Rest sehr viele Berater, die weder gern noch gut telefonieren. In beiden Fällen ist der Leidtragende immer der Kunde.

Wenn Sie gezielt mittags zum Telefon greifen, in der Hoffnung, dann niemanden zu erreichen, sollten Sie sich Gedanken über Ihre Einstellung machen – und auch dann, wenn Sie sich bei jedem Gespräch bereits ausrechnen, wie viel Provision für Sie abfallen wird. Der Kunde merkt, ob Sie keine Lust auf den Anruf haben, nicht hinter Ihrem Angebot stehen oder nur auf den Gewinn fixiert sind. Mit so einer Einstellung wird es nichts mit dem Abschluss. Doch es gibt eine gute Nachricht: Erfolgreiches Telefonieren ist lernbar.

Entscheidend ist jedoch die Grundeinstellung, die eher positiv oder negativ ausgerichtet sein kann und damit auch Ihr Verhalten am Telefon beeinflusst. Beispiel gefällig? „Heute komm' ich nicht mehr drum herum, ich muss endlich diesen nervigen Martens anrufen und zumindest versuchen, mit ihm ein Beratungsgespräch zu vereinbaren. Sicher beiße ich bei dem wieder auf Granit. Er hat gerade wieder eine neue Immobilie gekauft, aber an eine betriebliche Altersvorsorge für seine Mitarbeiter verschwendet er keinen Gedanken." Wie glauben Sie, wird dieses Telefonat verlaufen? Sie müssen kein Hellseher sein, um zu wissen, dass Herr Martens sicherlich auch dieses Mal keine Versicherung abschließen oder auch nur einen Beratungstermin vereinbaren wird. Der Angerufene hört es Ihnen an, wenn Sie zögerlich, unsicher oder lustlos sind. Deswegen lohnt es sich, wenn Sie Ihrer Einstellung ein Update verpassen.

„Spreche ich mit Frau Messner persönlich? Sehr gern möchte ich Sie heute über die Vorteile unserer neuen Altersvorsorge Plus informieren. Mit nur einer geringen monatlichen Prämie haben Sie die Möglichkeit ..." Spätestens an dieser Stelle hat Frau Messner mental abgeschaltet. Sicher kennen Sie diese Anrufe, bei denen ein Callcenter-Mitarbeiter mit monoton singender Stimme Sätze abliest, die er offensichtlich nicht selbst geschrieben hat. Null Authentizität, null Identifikation beim Kunden. Und das Verheerende daran: Wenn Sie bei Ihrem Gesprächspartner einmal in die „Callcenter-Sparte" gerutscht sind, können Sie eigentlich auflegen. Das gibt nichts mehr.

DIE AUTORIN: CLAUDIA FISCHER

Claudia Fischer ist Telefontrainerin, zertifizierter Coach und Fachbuchautorin. Auf Basis der Kundensituation liegen ihre Schwerpunkte auf der Verbesserung der Qualität der Telefonate im Service und der Telefonakquise.

Titel	99 Tipps für erfolgreiche Telefonate
Autor	Claudia Fischer
Verlag	Gabal Verlag
Preis	24,90 Euro
ISBN	978-3-86936-668-5

Im Zeitalter von Social Media und WhatsApp ist der gute alte Anruf nicht verkehrt. Schließlich ist er oft effektiver als Mails und bringt schnellere Erfolge – wenn man es richtig macht. Telefontrainerin Claudia Fischer gibt Tipps

Natürlich sind Leitfäden nicht per se schlecht. Gerade wenn Sie aufgeregt sind, können Sie Ihnen eine wertvolle Stütze sein. Entscheidend ist jedoch, dass Sie Ihren Leitfaden selbst entwickeln. Sie sollen eine neue Versicherung an den Mann bringen? Dann beschäftigen Sie sich mit dem Produkt, formulieren Sie in eigenen Worten die Vorteile, die Sie darin sehen. Ihr Gegenüber wird merken, ob Sie hinter dem Gesagten stehen oder Worte verwenden, die nicht Ihrer Denkweise entsprechen.

Wahrscheinlich sind Sie im Zusammenhang mit technischen Geräten schon mal auf den Begriff des Kalibrierens gestoßen. Da geht es darum, beispielsweise ein Messgerät an ein Norm-Maß anzupassen, um genaue Ergebnisse zu erhalten. Was das mit Ihnen als Verkäufer zu tun hat? Auch Sie sollten sich in jedem Telefonat neu kalibrieren, denn jeder Kunde ist einzigartig.

Ihr letzter Gesprächspartner hat immer einige Sekunden gebraucht, um auf Ihre Fragen zu antworten? In solchen Fällen sollten Sie nicht einfach darüber hinwegsehen, sondern genau hinhören. Vielleicht war er nur abgelenkt, möglicherweise hat er Sie aber auch schlecht verstanden. Bemühen Sie sich, lauter und verständlicher zu sprechen, oder bieten Sie an, sich später noch einmal zu melden, falls ein schlechter Handy-Empfang schuld ist.

Grundsätzlich gilt für jedes Akquise-Telefonat die Maxime: „Weniger ist mehr". Quatschen Sie Ihr Gegenüber nicht in Grund und Boden. Viel wichtiger ist es, dass Sie Ihren Gesprächspartner zwar steuern, aber auch zu Wort kommen lassen und genau darauf achten, was er Ihnen mitteilt. Ideal zur Analyse ist es, wenn Sie eine offene Fragen stellen: „Herr Stegner, wie sorgen Sie momentan fürs Alter vor? Und wie wären Sie am liebsten abgesichert, wenn Sie in Rente gehen?" So geben Sie dem Kunden das Gefühl, ernst genommen zu werden und auf seine Wünsche einzugehen, gleichzeitig können Sie direkt eine Bedarfsanalyse durchführen und überlegen, welche Produkte am besten passen.

Auch auf die Zwischentöne kommt es an: Achten Sie nicht nur darauf, was Ihr Gegenüber sagt, sondern auch wie. Welche Vorlieben hat er bei der Wortwahl, ändert sich seine Stimmung vielleicht im Lauf des Gesprächs? So gelingt es Ihnen, Kundenreaktionen zu lesen, ohne zu interpretieren oder sich durch das Verhalten und die verwendeten Worte täuschen zu lassen. Und nicht nur das: So sind Sie Ihrem potenziellen Kunden immer einen Schritt voraus, denn Sie können einen Einwand bereits hören und darauf reagieren, bevor Ihr Gesprächspartner sich dessen überhaupt bewusst geworden ist. ■

Tipps für die Telefonakquise

1 Betrachten Sie jedes Telefonat als Herausforderung, die Sie bewusst annehmen und die Ihnen Spaß macht. Schließlich kann Ihr Kunde von Ihrem Anruf nur profitieren, denn Sie haben ein gutes Angebot für ihn

2 Nehmen Sie sich ein Nein nicht zu sehr zu Herzen. Natürlich bekommt niemand gerne einen Korb, doch als Verkäufer können Sie zumindest davon ausgehen, dass die Einwände und Ablehnung des Gesprächspartners nicht gegen Sie persönlich gerichtet sind

3 Neuer Anruf, neue Chance: Haken Sie ein missglücktes Telefonat oder eine Absage schnell ab. Es bringt nichts, lange zu überlegen, was schiefgegangen ist. Greifen Sie stattdessen zum Telefon und rufen Sie Ihren nächsten Kontakt an. Am Ende jeder Leitung kann Ihr nächster potenzieller Kunde sein

4 Nichts gegen höfliche Hartnäckigkeit – aber manchmal heißt nein auch schlicht und ergreifend nein. Wenn Sie Ihren Gesprächspartner zu sehr bedrängen, bringt das weder Ihnen noch dem Kunden etwas. Setzen Sie auf eine freundschaftliche Kundenbeziehung statt auf knallharten Reinverkauf