

Der „Satz zur Sache“

Der sogenannte „Satz zur Sache“ bildet nach der Begrüßung den Einstieg für jedes professionelle Telefongespräch. Dabei sagen Sie klar und deutlich, wer Sie sind und für welche Firma Sie anrufen, weswegen Sie anrufen und – ganz wichtig – welche Vorteile Ihr Gegenüber von diesem Telefonat hat.

Ein Beispiel für einen professionellen „Satz zur Sache“:

„*Herr XY, es geht um ein professionelles Telefontrainingskonzept, um die Kommunikation im Kundenservice und in der Abrechnung zu unterstützen. Durch das gezielte Training führt Ihr Team noch bessere Telefonate, Fragen Ihrer Kunden können noch service- und zielorientierter beantwortet werden. Ihre Mitarbeiter lernen sowohl, Reklamationen als Chance zu sehen und professionell zu behandeln, als auch Chancen für Zusatzverkäufe zu erkennen und realisieren.*“
Durch das individuelle Konzept von XY haben Sie viele Vorteile.“

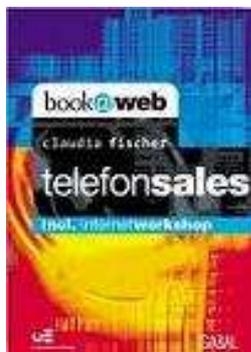
Legen Sie den Fokus auf die Vorteile, die Ihr Kunde durch Ihre Leistungen hat.

Nennen Sie im „Satz zur Sache“ zwei bis drei Kunden(!)-Vorteile Ihres Produktes oder Angebotes (bitte nicht mit Aussagen über Ihr Unternehmen verwechseln!).

Beispiel:

*Aussage über Ihr Unternehmen: „Unser Unternehmen besteht seit 50 Jahren“
Dadurch entstehender Kundenvorteil: Erfahrung, Forschung, Sicherheit etc.*

Mehr Informationen zu Telefonleitfäden und vertrieblichen Telefonaten finden Sie in meinem Buch **telefonsales** zum Nachlesen. Oder lassen Sie sich persönlich von mir coachen und profitieren Sie von meiner langjährigen Erfahrung als Telefontrainerin.



Claudia Fischer
telefonsales

GABAL Verlag, Offenbach
3. überarbeitete Neuauflage 2006
ISBN: 3-89749-288-1