

Startup

04/2016

WE THINK GLOBAL

The Founder Magazine

Valley .news



Deutschland € 5,80
Österreich € 6,70
Schweiz CHF 8,90
Luxemburg € 6,90



Hamburg Startups

Sanja Stankovic & Sina Gritzuhn



Entdecken Sie Ihre Telefonpower

*So heben Sie das
Erfolgspotenzial Ihrer
Businessstelefonate*

„Telefonieren? Das kann doch jedes Kind!“, werden Sie sich jetzt denken. Klar, rein technisch gesehen ist es keine schwierige Sache. Sobald Sie Zahlen lesen und das Gerät bedienen können, steht Ihnen die Welt der Telekommunikation offen. Während für unsere Großeltern das Telefon noch etwas richtig Besonderes war und nur die wenigsten überhaupt einen Apparat besaßen, ist es für uns eine Selbstverständlichkeit. Was viele dadurch vergessen: Das Telefon ist eines der anspruchsvollsten Kommunikationsmittel. Denn anders als beim Schreiben von E-Mails haben Sie während des Gesprächs kaum Zeit, um über den Inhalt und die Formulierung Ihres nächsten Satzes nachzudenken. Ihr Gegenüber erwartet eine sofortige, freundliche und professionelle Reaktion auf seine Fragen und Wünsche. Besonders kritisch: Gesprochenes lässt sich schwer wieder zurücknehmen. Eine „Entfernen-Taste“ steht Ihnen am Telefon nur bedingt und mit viel „Gewusst-Wie“ zur Verfügung. Damit Sie bei Business-Gesprächen nicht schon mit der Begrüßung untergehen oder sich in Ihrer Argumentationskette verheddern, ist eine gründliche Vorbereitung das A und O.

(Telefon-)Erfolg ist Einstellungssache

„Ach nein, das verschiebe ich lieber auf morgen ... Ich habe gar keine Lust auf das Telefonat, und vielleicht, schließlich haben wir sooo ein tolles Angebot, kommen die Kunden ja auch von alleine ...“ Kommt Ihnen das bekannt vor? Willkommen in der Realität. Fakt ist: Akquise und eine positive Einstellung gehören zum Durchstarten dazu. Wenn Sie sich zum Anrufen zwingen und nicht an den Erfolg glauben, können Sie es im Grunde genommen auch gleich bleiben lassen. Denn der Anrufer spürt genau, ob Sie motiviert sind und voll und ganz hinter Ihrem Angebot stehen – oder ob Sie mit wackliger Stimme einen Leitfaden runterleiern, in der Hoffnung, das Gespräch bald hinter sich gebracht zu haben und weiter zu träumen, dass Kunden Ihnen wie reife Früchte in den Schoß fallen. Ängste, Hemmungen und negative Glaubensmuster sind, in einem gewissen Maß, zwar natürlich, doch gleichzeitig extrem hinderlich, da sie sich in Ihrer Stimme niederschlagen und so entscheidenden Einfluss auf das Telefonat nehmen.

Die gute Nachricht: Sie können daran arbeiten! Haben Sie schon mal vom SMART-Modell gehört? Nein, das hat nichts mit dem gleichnamigen Stadtflitzer zu tun. Diese Formel hilft Ihnen dabei, konkrete Ziele zu definieren. Wenn Sie die Telefonakquise als Teil eines großen Ganzen sehen, wird es Ihnen garantiert leichter fallen, zum Hörer zu greifen.

- **S wie spezifisch:** Sie möchten endlich mehr Umsatz für Ihr Unternehmen generieren? Definieren Sie besser ein greifbares, klares Ziel, z.B. „Ich möchte in den nächsten 6 Monaten 10 neue Kunden gewinnen.“ Das motiviert und hält Sie bei der Stange!

- **M wie messbar:** Formulieren Sie alle Details, die Sie für Ihre Zielerreichung realisieren werden, zum Beispiel 15 Akquisetelefonate pro Woche zu führen.

- **A wie attraktiv:** Was macht das Ziel für Sie attraktiv? Mehr Kunden bedeuten mehr Umsatz, vielleicht können Sie dann auch 1–2 Mitarbeiter einstellen, die Sie unterstützen? Das wäre ein klarer Vorteil, aus dem Sie Ihre Motivation beziehen können.

- **R wie realistisch:** Bei der Planung Ihrer Ziele kommt es auf das richtige Maß an. Bauen Sie keine Luftschlösser, gehen Sie aber mit einer gesunden Portion sportlichem Ehrgeiz an die Sache. Wenn Sie nicht gerne akquirieren, werden Sie nicht von heute auf morgen zum Telefonass. Es wäre anfangs unrealistisch, wenn Sie sich vornehmen, jetzt jeden Tag zwei Neukundentermine zu genießen (Sie erinnern sich, aus 15 Anrufen pro Woche). Doch vier bis fünf pro Woche sind ein durchaus erreichbares Ziel.

- **T wie terminiert:** Erstellen Sie einen genauen Zeitplan, wann und wie Sie Ihre

Ziele erreicht haben wollen. Glauben Sie mir, es hilft, wenn Sie eine Deadline vor Augen haben. Sonst verfallen Sie schnell wieder in den bequemen, alten Trott. Aufschieberitis lässt grüßen!

Fixieren Sie Ihre Ziele, indem Sie sie aufschreiben. Am besten auf einen Zettel, den Sie gut sichtbar in Ihrem Büro anbringen. Egal ob an Ihrer Pinnwand, am Bildschirm oder am Badezimmer-Spiegel – Hauptsache, Sie schauen regelmäßig drauf.

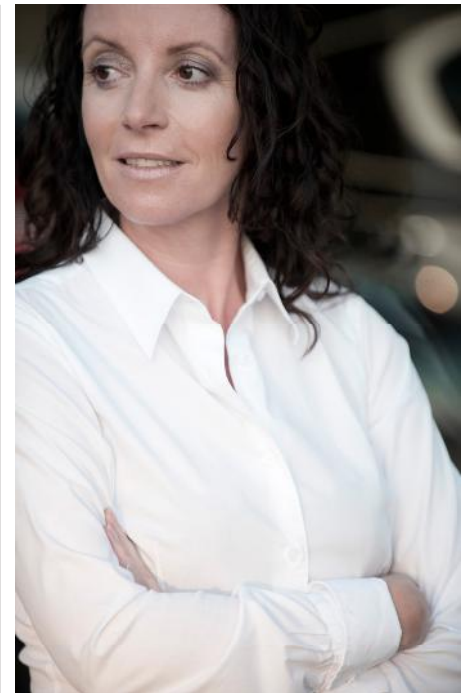
Mentales Training – Stimmen Sie sich ein!

Haben Sie schon einmal drauf geachtet, wie sich Formel-1-Piloten vor dem Rennstart verhalten? Die meisten von Ihnen suchen die Abgeschiedenheit, um nochmal in sich zu gehen. Manch einer sitzt auch mit geschlossenen Augen bereits in seinem Cockpit. Die Handbewegungen lassen darauf schließen, dass er die Strecke quasi nochmal im Geiste abfährt. Nehmen Sie sich daran ein Beispiel! Denn der Erfolg eines Anrufs hängt nicht nur von den Informationen ab, sondern auch von der Art, wie Sie diese vermitteln.

- Betrachten Sie den Telefonverkauf als eine positive Herausforderung. Nehmen Sie sie bewusst an und haben Sie Spaß daran! Klar kann das auch mal schief gehen – doch an einem Nein ist noch niemand gestorben. Wählen Sie einfach die nächste Nummer. Neue Chance, neues Glück!

- Programmieren Sie sich auf Erfolg: Sagen Sie sich immer wieder, dass der Kunde von Ihrem Anruf profitiert, denn Sie haben ein wirklich gutes Angebot für ihn.

- Ihr Gesprächspartner ist auch nur ein



Mensch. Sollte Ihr Gegenüber unfreundlich oder abweisend reagieren, muss das nichts mit Ihnen zu tun haben. Vielleicht hat er gerade einen stressigen Tag oder einen unangenehmen Termin hinter sich. Nicht persönlich nehmen!

Noch etwas zum Stichwort „Telefonleitfaden“: An sich ist das keine schlechte Sache – besonders, wenn Sie nervös sind. Entscheidend ist jedoch, dass Sie sich die Mühe machen, ihn vor jedem Gespräch an den potenziellen Kunden anzupassen. Und bitte machen Sie keinen Aufsatz draus – sonst werden Sie garantiert aus Gewohnheit zum „Ableser“. Ein paar Stichpunkte und eine grobe Skizze des geplanten Gesprächsablaufs mit Ihren Verkaufsargumenten reichen völlig aus. Ich garantiere Ihnen, dass Sie sich damit direkt viel sicherer fühlen und selbstbewusster in das Telefonat gehen. Ihr Gegenüber wird das sicherlich positiv bemerken.

Über den Autor

Claudia Fischer gilt als eine der renommiertesten Telefon- und Kommunikationsexpertinnen im deutschsprachigen Raum. Sie trainiert Menschen, die noch professioneller telefonieren wollen, ohne dabei an Authentizität zu verlieren. Als Trainerin und zertifizierte Coachin (systemisches und wingwave-Coaching, Graves Values System Model Advanced und 9 Levels of Value System) konzentriert sie sich bewusst auf die mittel- und langfristige Umsetzung von Telefontrainings mit dem Ziel, Unternehmen einen nachhaltigen Telefonerfolg zu sichern. Sie unterstützt ihre Kunden mit einem mehrstufigen Trainingskonzept bei ihrem Weg an die Spitze ihrer Branche, zu mehr Umsatz, zu begeisterten Kunden sowie mehr Weiterempfehlungen. Dabei trainiert sie nicht nur Vertriebsmannschaften, sondern bietet auch Telefontraining für Einzelpersonen wie Start-up-Gründer an. Im Mittelpunkt steht bei Claudia Fischer immer der Mensch mit seinem individuellen Umfeld.

www.telefontraining-claudiafischer.de