Bei Anruf Umsatz

„Sehr geehrte Frau Martens, träumen Sie auch von den eigenen vier Wänden? Gerne möchte ich Sie heute über unsere flexiblen Finanzierungsmodelle informieren. Anbei finden Sie eine Übersicht mit den wichtigsten Informationen…" Wenn Frau Martens überhaupt bis hierhin gelesen hat, können Sie sich glücklich schätzen. Viel wahrscheinlicher ist jedoch, dass sie Ihre E-Mail bereits nach dem ersten Satz gelöscht hat.

Zeit ist Geld: Natürlich ist es für Verkäufer verlockend, einfach ein Angebot per E-Mail rauszuschicken. Mit Hilfe von „Copy-and-Paste" können Sie innerhalb weniger Minuten mehrere Klienten erreichen – oder Sie machen direkt ein Sammelmailing an alle Kunden in der passenden Altersgruppe. Schnell zusammengestellt von Ihrem CMS. Was viele dabei jedoch übersehen: Themen wie Altersvorsorge, Baufinanzierung und Vermögensmanagement sind höchst individuelle Angelegenheiten. Würden Sie sich von so einer 08/15 E-Mail angesprochen fühlen? Die meisten Menschen haben sehr genaue Vorstellungen, wenn es um die Realisierung ihres Eigenheimtraums geht und prüfen auch in Sachen Anlagen genau, wem sie ihre Ersparnisse anvertrauen. Digitalisierung hin oder her – gerade in der Finanzdienstleistung ist der telefonische 1:1-Kontakt zwischen Kunden und Beratern daher unersetzlich.

Direkt zum Hörer greifen, keine Zeit verplempern

„Ich schreibe erst mal eine E-Mail, dann kann ich ein paar Tage später nachfassen! So erspare ich mir den Sprung ins kalte Wasser." Sorry, aber das wird nicht funktionieren. „Habe ich nicht bekommen…" oder „Ist sicher im Spam-Filter gelandet. Worum geht es denn?" Antworten wie diese sind meist vorprogrammiert, wenn Sie ein Mailing nachtelefonieren. Wieso sparen Sie sich also nicht das Getippsel und greifen direkt zum Hörer? Klar besteht immer die Gefahr, dass Sie sich einen Korb abholen. Doch es gibt deutlich Schlimmeres. Immerhin wissen Sie dann direkt, woran Sie sind. Und der nächste potenzielle Geschäftspartner ist nur einen Anruf weit entfernt. Betrachten Sie jedes Telefonat als positive Herausforderung, die Sie bewusst annehmen und die Ihnen Spaß macht. Neue Chance, neues Glück! Entscheidend ist auch, mit welcher Einstellung Sie an die Akquise rangehen. Sie greifen gezielt nur mittags

Foto: © vgstudio – Fotolia.com

zum Hörer und hoffen, niemanden zu erreichen? Kein Wunder, wenn Ihre Anrufe dann nur selten von Erfolg gekrönt sind. Denn Ihr Kunde bemerkt, ob Sie lustlos sind, nicht hinter Ihrem Angebot stehen oder Ihren Job nur wegen des Geldes machen. Die gute Nachricht: Es ist nie zu spät, etwas zu ändern. Erfolgreiches Telefonieren ist lernbar!

Smalltalk – Achtung, Fettnäpfchen!

„Hallo Frau Martens, schönen guten Tag! Und, wie geht es Ihnen?" Erst mal ein bisschen Smalltalk zu Beginn, um das Eis zu brechen? Keine schlechte Idee, allerdings haben Sie es hier mit einem Minenfeld zu tun, auf dem selbst die besten Finanzberater mal daneben treten. Verstehen Sie mich nicht falsch – ich finde Smalltalk nicht grundsätzlich schlecht. Richtig eingesetzt, können Sie damit die Beziehung zu Ihrem Gesprächspartner festigen und ihn für das eigentliche Thema des Telefonats sozusagen „aufwärmen". Klar – einfach so mit der Tür ins Haus zu fallen, ist nicht die feine englische Art. Der Haken: Beim Telefonat können Sie Ihr Gegenüber und seine Mimik nicht sehen. Schlimmstenfalls merken Sie erst, dass Sie sich auf dünnem Eis bewegen, wenn Sie bereits mit einem Fuß eingebrochen sind. Das Gespräch dann noch zu retten, kann ganz schön kniffelig werden.

Eine Frage wie das gerade erwähnte „Wie geht es Ihnen?" stört eigentlich mehr, als dass sie hilft. Im Grunde genommen ist es nichts weiter als eine Verlegenheitsfloskel. Denn mehr als ein „Gut, und selbst?" werden Sie als Antwort nicht erhalten. Oder würden Sie Ihrem neuen Bankberater, mit dem Sie vielleicht erst ein- oder zweimal gesprochen haben, direkt Ihre Krankengeschichte offenbaren? Echter Smalltalk entsteht erst beim Umgang mit vertrauten Personen. Hier können Sie auch im Business-Telefonat ohne Weiteres an gemeinsame Hobbys oder Interessen anknüpfen oder an die Urlaubsreise, von der Ihnen Ihr Gesprächspartner vorher schon erzählt hat. Sehr persönliche Themen sollten Sie allerdings außen vor lassen. Krankheiten, Familiengeschichten, aber auch Religion, Politik oder moralische Themen haben in Ihren beruflichen Telefonaten nichts zu suchen. Und gleich, für welches Smalltalk-Thema Sie sich entscheiden: Wichtig ist, dass Sie es ehrlich meinen und aufrichtiges Interesse an Ihrem Gegenüber zeigen. Dann sind die Weichen für ein gutes Gespräch bestmöglich gestellt.

Einen Gang runterschalten

„Herr Schröder, ich habe da ein ganz tolles Angebot für Sie! Ich bin mir sicher, dass es genau das Richtige für Sie ist. Dafür gibt es mindestens fünf Gründe: Erstens…" Na, fühlen Sie sich schon ertappt? Gerade Verkäufer, denen die Telefonakquise unangenehm ist, versuchen oft, das Gespräch so schnell wie möglich hinter sich zu bringen. Die Folge: Sie quatschen ohne Punkt und Komma drauf los und überfahren ihren Gesprächspartner regelrecht. Doch bei einer solchen Infodusche kommt selbst der aufmerksamste Kunde irgendwann nicht mehr mit. Beschränken Sie sich also lieber auf die wichtigsten Argumente und trauen Sie sich, zwischendurch auch mal zu schweigen. Glauben Sie mir: Ihr Gesprächspartner freut sich, wenn er auch mal zu Wort kommen „darf". Ein schöner Nebeneffekt: Mit Hilfe kleiner Redepausen verleihen Sie Ihren Aussagen nochmal zusätzlich Gewicht.

Vielredner bremsen…

Was aber tun, wenn Ihr Kunde vom Hölzchen aufs Stöckchen kommt? Wenn Sie Zeit haben, können Sie natürlich geduldig zuhören. Zielführend ist das jedoch nicht. Mein Tipp: Warten Sie am besten eine Atempause ab und sprechen Sie ihn dann mit seinem Namen an. So können Sie sanft die Gesprächsführung übernehmen, ohne Ihrem Gegenüber abrupt ins Wort zu fallen. „Möchten Sie lieber in Aktienfonds oder einen Bausparvertrag investieren?" Haben Sie es mit einem Vielredner zu tun, ist es für den weiteren Gesprächsverlauf auch förderlich, wenn Sie ihm geschlossene oder Alternativfragen stellen. So bekommen Sie auf jeden Fall die benötigten Informationen – ohne dass sich Ihr Kunde wieder in umständlichen Ausführungen verrennt.

…Schweiger aus der Reserve locken

„Sind Sie noch da?" Fragen wie diese sollten Sie sich verkneifen, wenn Ihr Gegenüber eher zur schweigsamen Fraktion gehört. Nur, weil er nicht sofort antwortet, heißt das nicht, dass er kein Interesse hat. Geben Sie ihm die nötige Zeit, um nachzudenken und seine Antwort zu formulieren. Am besten takten Sie sich selbst ein bisschen runter, um nicht noch unnötig Druck auszuüben. Haben Sie manchmal das Gefühl, Ihrem Kunden alles aus der Nase ziehen zu müssen? Stellen Sie ihm eine offene Frage und locken Sie ihn damit aus der Reserve! So erhalten Sie genau das, was Sie brauchen: Relevante Informationen zu den Wünschen und der Motivation Ihres Gesprächspartners. Darauf können Sie im weiteren Verlauf entsprechend aufbauen und den „Schweiger" so aktiv mit ins Gespräch einbeziehen.

Noch ein Tipp zum Schluss: Achten Sie nicht nur darauf, wie schnell oder langsam Ihr Kunde redet – der Schlüssel liegt im Detail. Hat er Vorlieben bei der Wortwahl? Ändert sich seine Stimmung im Laufe des Telefonats? Wenn Sie für diese Feinheiten ein offenes Ohr haben, gelingt es Ihnen, Kundenreaktionen zu lesen, ganz ohne zu interpretieren. Und schon sind Sie Ihrem Ziel ein großes Stück näher – dem Abschluss.

Claudia Fischer
Telefontrainerin, Coach und Fachbuchautorin
www.telefontraining-claudiafischer.de