

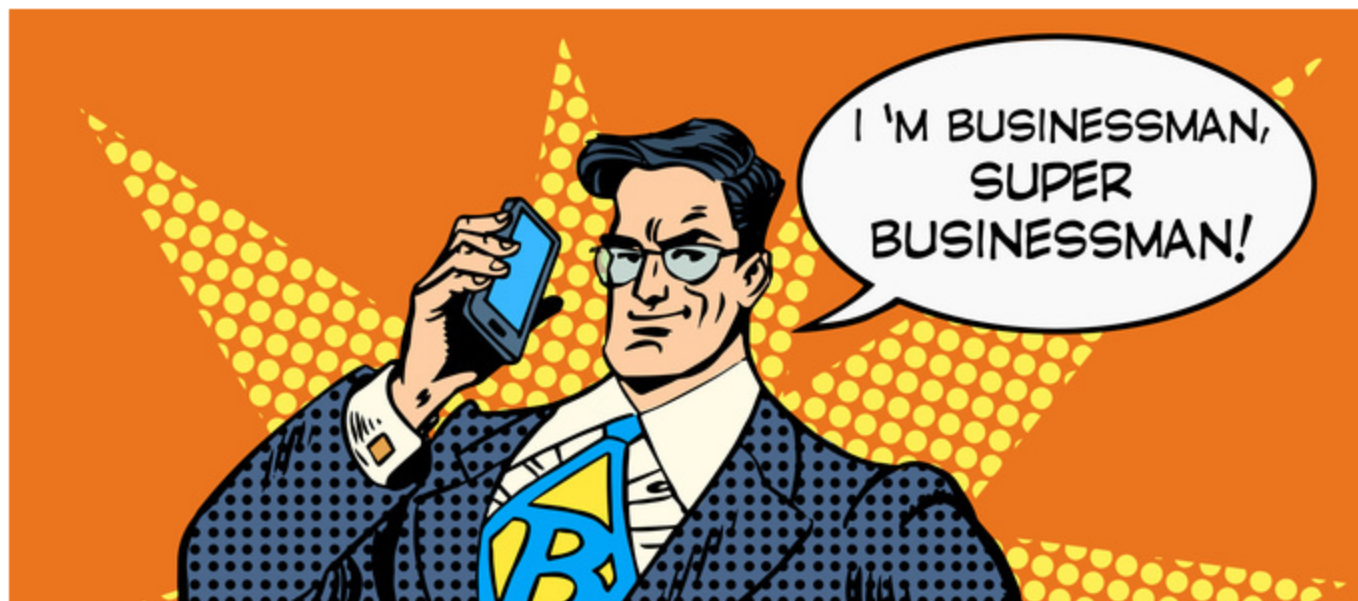
# VERTRIEBS ZEITUNG

WISSEN PRAXIS TOOLS VERTRIEBSLOUNGE BUCHTIPPS UNTERWEGS STUDIEN VERTRIEBSJOBS



Archiv Praxis | Telefonvertrieb

10. Juli 2017 | 7 Artikelaufufe



© studiostoks - Fotolia.com

#90192149

## Schweinehund adé: So wird Ihre Telefonakquise zum Erfolg!

**Eins ist so sicher wie das Amen in der Kirche: Als Verkäufer kommen Sie um das Thema Telefonakquise nicht herum. „Leider!“ wird wahrscheinlich der ein oder andere von Ihnen jetzt denken. Gehören Sie zu der Kategorie Verkäufer, denen der kalte Schweiß ausbricht, sobald das Freizeichen am anderen Ende der Leitung ertönt?**

Natürlich kann es sein, dass Sie sich ein „Nein“ einfangen. Oder dass sich der Gesprächspartner durch Ihren Anruf gestört fühlt und Sie abwimmelt, indem er Zeitknappheit oder sonstige Vorwände vorschiebt – oder Sie direkt wegdrückt. Das wissen Sie jedoch erst, wenn Sie wirklich zum Hörer greifen.

Also Schluss mit der Schwarzseherei! Und noch etwas: **Kneifen gilt nicht!** Es ist purer Aktionismus und meist reine Vermeidungsstrategie, den Computer zu seinem besten Freund zu machen und lieber zig E-Mails an potenzielle Kunden zu versenden. Und dann noch eine Erinnerungsmail, wenn die Resonanz ausbleibt. Klar können Sie das so machen und hinterher behaupten, Sie haben alles versucht. Dann brauchen Sie sich aber auch nicht zu wundern, wenn Ihr Auftragsvolumen am Monatsende zu wünschen übrig lässt.

Warum wertvolle Zeit verschwenden, wenn Sie sich mit einem Anruf Klarheit verschaffen können und Ihre Erfolgchancen dabei noch erhöhen? Die gute Nachricht: Erfolgreiches Telefonieren ist keine Zauberei, sondern eine Fähigkeit, die man erlernen kann. Hier ein paar relevante Tipps:

### Schon die ersten Worte sind entscheidend!

„Einen schönen guten Morgen, hier spricht Max Mustermann von SuperSales!“ Hand aufs Herz, wie oft am Tag leiern Sie eine Begrüßung dieser Art runter? Nicht, dass wir uns missverstehen. Diese Begrüßung ist keineswegs falsch. Formal enthält sie alle wichtigen Aspekte: Eine höfliche **Begrüßungsfloskel**, Ihren Namen und den Ihres Unternehmens. Es hakt jedoch an anderer Stelle: der Länge. Spätestens nach dem dritten Anruf des Tages werden Sie dieses umständliche Gebilde nicht mehr enthusiastisch in den Hörer feuern können. Und das hört Ihr Gegenüber!

Das gleiche gilt auch für eingehende Anrufe und ein entsprechendes „Herzlich Willkommen bei SuperSales. Mein Name ist Max Mustermann, was kann ich für Sie tun?“ Hier wird aus einem freundlichen „Was kann ich für Sie tun?“ im Ohr des Kunden schnell ein „Womit belästigen Sie mich heute?“.

Von einem Mythos sollten Sie sich an dieser Stelle auch schnellstens verabschieden: **DIE** beste

### BERUFLICHE ORIENTIERUNG ONLINE

Das geva-institut bietet aussagekräftige Berufstests für Schüler, Schulabgänger und Studenten an, die sich noch unsicher sind, was sie beruflich machen wollen. Das geva-institut besitzt 25 Jahre Erfahrung in der Berufs- und Studienwahlberatung und Ei. **Mehr zu den Berufstests für Schüler und Studenten vom geva-institut ...**

Anzeige

### TOP ARTIKEL



Lohengrin für Verkäufer: „Nie sollst du mich befragen“  
8025 ARTIKELAUFRUFE



Vertriebsmitarbeiter: „Das Telefoninterview ist eine effiziente Filterfunktion für beide Seiten“  
4709 ARTIKELAUFRUFE



10 Tipps, wie Sie Ihre Vertriebsziele sicher erreichen!  
3977 ARTIKELAUFRUFE



Auf Messen wertvolle Geschäftskontakte knüpfen  
3285 ARTIKELAUFRUFE



Wie Smalltalk gelingt: 5 Ideen, um in schwierigen Gesprächen souverän zu bleiben  
1384 ARTIKELAUFRUFE

### BUCHTIPPS

#### Verhandeln!



Im Kopf des Einkäufers oder wie David Goliath besiegt! Ob es um das Fernsehprogramm geht, einen Autokauf, um Gehaltsverhandlungen zwischen Chef und Mitarbeiter oder um Gespräche zwischen Unternehmer und Bank, Einkauf und Vertriebler: verhandelt wird täglich, ständig und überall. Manchen Menschen liegt das Verhandeln, anderen weniger. Übermächtige Gegner gibt es ... [Weiterlesen...](#)

Begrüßungsformel gibt es nicht. Eine einheitliche interne Begrüßung ist sinnvoll, denn sie repräsentiert Ihre Firma nach außen und es ist der erste Identifizierungsmarker, den Ihre Kunden am Telefon hören. Wichtig ist dabei, dass Sie sich trotzdem individuell auf jeden Anruf einstellen und entsprechende Variationen einbauen.

## Tipps für die Begrüßung am Telefon

- **Bei ausgehenden Anrufen** sollten Sie unbedingt den Firmennamen nennen, damit Ihr Gegenüber Sie richtig einordnen kann. Auch die Nennung von Vor- und Nachnamen gehört in die Begrüßung. **Tipp:** Generell sollte der Vorname heutzutage immer mitgenannt werden. Die Variante, nur den Nachnamen zu nennen, lässt Sie verstaubt und unnahbar wirken.
- **Dialekte** nur einfließen lassen, wenn Sie sicher sind, dass Ihr Gesprächspartner ebenfalls aus der Region stammt. Ein geschmettert „Moin Moin“, das in Hamburg Gang und Gäbe ist, könnte einen Kunden aus Trier leicht irritieren.
- **Variationen bei der Begrüßung** sind durchaus sinnvoll. So können Sie bei ausgehenden Telefonaten die Grußformel zuerst nennen, bei eingehenden hingegen besser den Firmennamen. Auch die Art der Begrüßung hängt von Ihrer Beziehung zum Gesprächspartner ab: Einen bekannten Kunden können Sie ruhig mit „Hallo“ begrüßen, während Sie bei einem unbekanntem Gegenüber lieber auf das formellere „Guten Tag“ zurückgreifen sollten.

## „Auf Wiedersehen“ oder „Tschüss“ – wie viel informelle Sprache ist erlaubt?

Den richtigen Ton zu treffen, ist nicht immer leicht. Die besondere Herausforderung dabei: Er entscheidet maßgeblich über den Erfolg oder Misserfolg Ihrer Telefonate. Daher gilt: Erst zuhören, dann reden! Auch wenn Sie am liebsten sofort loslegen und Ihr Angebot in den höchsten Tönen preisen wollen. Denn wichtiger ist, dass Sie sich auf Ihr Gegenüber einstellen.

Bis zu einem gewissen Grad können Sie sich auch schon vor dem Telefonat dazu Gedanken machen. Was wissen Sie über Ihren Gesprächspartner? Wie alt ist er ungefähr, arbeitet er für ein eher konservatives Unternehmen oder ein junges Start-up? Im zweiten Fall wird er sich wahrscheinlich einer lockereren Sprache bedienen und wird es begrüßen, wenn Sie ähnlich sprechen. Sie haben stattdessen einen Telefontermin mit dem Einkaufsleiter eines alteingesessenen Traditionsunternehmens eingestellt? Dann erst mal förmlicher in das Gespräch einsteigen. Ein gemeinsames Sprachniveau lässt Gespräche angenehmer und positiver verlaufen – für beide Seiten. Dabei gilt aber auch: Anpassung ist nicht gleich Selbstaufgabe. Sie repräsentieren immer noch Ihr eigenes Unternehmen.

Übertreiben Sie es daher nicht! Wenn Sie Redewendungen und Eigenheiten Ihres Gesprächspartners zu sehr spiegeln, treten Sie ihm eventuell auf den Schlip, weil er sich dann nachgeäfft fühlt. Das gilt insbesondere für die Verwendung von Dialekten. Diese sollten Sie wirklich nur benutzen, wenn Sie sie perfekt beherrschen und sich sicher sind, dass Ihr Gegenüber das ebenfalls tut. Das hessische „Ich leg Sie um“ als Substitut für „Ich verbinde Sie weiter“ könnte jemand aus Dortmund sonst schlimmstenfalls als Drohung verstehen. ☹️

## „Und, wie geht's Ihnen?“ – Smalltalk ja oder nein

Das ist die große Frage. Smalltalk kann den Gesprächseinstieg erleichtern und das Eis brechen, auf dem Gebiet lauern aber auch jede Menge Fettnäpfchen. Vermeiden Sie unbedingt leere Floskeln à la „Wie geht es Ihnen?“. Denn darauf werden Sie in den seltensten Fällen eine ehrliche Antwort bekommen. Und Hand auf's Herz: Die wollen Sie ja auch gar nicht haben. Wie wollen Sie noch den Dreh zu Ihrem Angebot bekommen, wenn Ihnen Ihr Gesprächspartner gerade offenbart hat, wie sehr ihn seine Scheidung gerade mitnimmt? Kontraproduktiv sind auch Fragen wie: „Erinnern Sie sich noch an mich?“. Damit setzen Sie den Kunden unter Druck und bringen ihn schlimmstenfalls in Verlegenheit, weil er sich eben nicht erinnert.

## Wenn Sie ein paar einfache Regeln beachten, wird Smalltalk aber zum echten Gesprächsgewinn:

- Achten Sie auf Ihren Gesprächspartner. Steht er unter Stress und wirkt gehetzt? In dem Fall streichen Sie den Smalltalk und kommen direkt zum Wesentlichen.
- Sagen und fragen Sie nur, wenn Sie es auch wirklich so meinen. „Wie schön, Sie wieder zu sprechen!“ klingt nur gut, wenn es auch ehrlich gemeint ist. Sonst wird es schnell zu einem „Jetzt muss ich mich wieder mit Ihnen rumschlagen ...“.
- Meiden Sie sensible Themen wie Politik, Religion, moralische Ansichten oder Krankheiten.
- Echter Smalltalk wirkt am besten bei Personen, zu denen Sie schon eine Beziehung aufgebaut haben. Hat ihr Gesprächspartner beim letzten Telefonat zum Beispiel Wochenendpläne erwähnt? Dann sprechen Sie ihn beim nächsten Anruf darauf an!

## Von Vielrednern und Schweigern

„Sind Sie noch dran?“ – Sie befürchten, dass Ihr Gegenüber vom Stuhl gefallen ist, weil Sie gefühlt minutenlang keinen Ton mehr von ihm gehört haben? Trotzdem: Bitte streichen Sie diese Frage trotzdem aus Ihrem Telefonlexikon! Denn auch wenn Ihr Kunde nicht sofort antwortet, hat er Ihnen mit Sicherheit zugehört. Er ist wahrscheinlich nur eher ein stiller Typ und benötigt etwas Zeit, um sich eine Antwort zurechtzulegen oder das Gesagte zu verarbeiten. Setzen Sie ihn also nicht unter Druck, sondern lassen Sie ihm die nötige Zeit. Zusätzlich



## NEWSLETTER

Bleiben Sie informiert mit dem Newsletter der Vertriebszeitung:   
MONATLICH, PER E-MAIL, KOSTENLOS.

## BESUCHEN SIE UNS AUF XING<sup>®</sup>

XING<sup>®</sup>  
Vertrieb & Verkauf

### LETZTE KOMMENTARE

### BESTE BEWERTUNGEN

Eine Vertriebs-App, die zudem auch den Touren- und Routenplaner integriert hat, damit alle Tages-, Wochen- ... **by Patrizia Ingrassia**

Lieber Herr Arnold, das Web ist voll derartiger Oberflächlichkeiten bzw. supertollen Tipps, wie man mit ... **by Collin Scholz**

Hallo Frau Kämke, im Großen und Ganzen habe ich auch Ihre Erfahrungen gemacht. Allerdings habe ... **by Raimund Frenzel**

Erstaunliches Kindergartenwissen. Meinen Respekt dafür, wie es zumindest scheinbar gelingt mit derartigen Selbstverständlichkeiten sogar ... **by Lars C Arnold**

können Sie ihn auch mit offenen Fragen ermutigen, sich stärker ins Gespräch einzubringen. So können Sie ganz gezielt herausfinden, was Ihrem Gegenüber wirklich wichtig ist – und entsprechend Ihre Nutzenargumentation darauf ausrichten.

Ganz andere Besonderheiten ergeben sich bei Gesprächen mit Vielrednern. Hier ist meist die Frage, wie sie am besten zu bremsen sind. Ihr Gesprächspartner kommt vom Hölzchen aufs Stöckchen und Sie haben keine Chance, Ihr Verkaufsgespräch weiter voranzutreiben? Mein Tipp: Selbst Wasserfallredner müssen mal Luft holen! Warten Sie also die nächste Atempause ab und sprechen Sie den Kunden dann direkt mit seinem Namen an. Jeder hört gerne seinen eigenen Namen. Schon haben Sie seine Aufmerksamkeit und können das Gespräch lenken. Statt offener Fragen greifen Sie bei Vielrednern besser zu geschlossenen: „Bevorzugen Sie A oder B?“. So können Sie sicher sein, eine knappe und präzise Antwort zu erhalten, auf die Sie dann eingehen können.

“ **Noch ein allgemeiner Tipp zum Schluss: Kundenreaktionen sind das A und O. Versuchen Sie, sich auf jeden Gesprächspartner einzustellen. Das gilt für die Wortwahl ebenso wie für Smalltalk und Verabschiedung. Wenn der Kunde sich individuell wahrgenommen und geschätzt fühlt, wird Ihr Telefonat garantiert zum Erfolg!**

### Zur Person



**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 konzentriert sie sich bewusst auf die mittel- und langfristige Umsetzung von Telefontrainings mit dem Ziel, Unternehmen einen nachhaltigen Telefonerfolg zu sichern. Durch ihre umfangreiche Coachingausbildung (systemisches und wingwave-Coaching, Graves Values System Model Advanced und 9 Levels of Value System) bietet Claudia

Fischer ihren Kunden außerdem Unterstützung in den Feldern Bewerberdiagnostik und Weiterentwicklung von Vertriebsmitarbeitern und Führungskräften. [www.telefontraining-claudiafischer.de](http://www.telefontraining-claudiafischer.de)