

IHR GUIDE

In 5 Schritten sicher durch die Telefonakquise

Bauen Sie sich Ihren eigenen Gesprächsleitfaden.
Ein Schritt nach dem anderen, mit Platz für Ihre Antworten.

akquise-plus.

Verkaufstraining & Akquise · Christina Bodendieck

Bevor Sie loslegen

Sie nehmen Ihre Kundengewinnung selbst in die Hand. Der Hörer liegt bereit, der Wille ist da. Und trotzdem sitzt da dieses Zögern, bevor Sie die erste Nummer wählen.

Dieser Guide gibt Ihrer Akquise einen roten Faden. Fünf Schritte, die aufeinander aufbauen. Sie gehen sie der Reihe nach durch und tragen Ihre Antworten direkt ein.

Legen Sie sich einen Stift bereit. An jedem Schritt finden Sie Platz für Ihre Notizen. Am Ende haben Sie Ihren eigenen Gesprächsleitfaden gebaut.

1

SCHRITT 1

Verschaffen Sie sich einen Überblick

Bevor Sie etwas verändern, schauen Sie hin, wo es gerade hakt. Vielleicht werden Sie nicht durchgestellt. Vielleicht dürfen Sie nur eine E-Mail schicken. Vielleicht kommen Sie ins Gespräch, aber es versandet.

Ich habe mir früher genau angesehen, an welcher Stelle meine Telefonakquise stockte. Diesen einen Punkt habe ich mir vorgenommen. Danach liefen meine Gespräche besser. Fangen Sie genauso an: Finden Sie die Stelle, an der es bei Ihnen klemmt. Dort setzen Sie zuerst an.

IHRE NOTIZEN

An welcher Stelle im Gespräch komme ich am häufigsten nicht weiter?

.....

Was passiert direkt davor?

.....

Welchen einen Punkt nehme ich mir als Erstes vor?

.....

2

SCHRITT 2

Ihre innere Haltung zum Verkauf

Der Hörer wird schwer, wenn die Angst vor einem Nein mitwählt. Viele meiner Kunden erzählen mir das. Es ist selten die Angst vorm Verkaufen. Es ist die Angst vor der Zurückweisung.

Ein Nein am Telefon meint nie Sie als Mensch. Es meint Ihr Angebot in diesem Moment. Machen Sie sich das vor jedem Anruf klar.

Denken Sie an Ihr erstes Mal auf dem Fahrrad. Wacklig, ein paar Stürze, dann lief es. Ihre Telefonakquise braucht dasselbe Stützrad. Ihr eigenes Skript gibt Ihnen Halt, damit Sie das erste Nein nicht aus der Kurve wirft.

Schauen Sie sich Ihre Glaubenssätze zum Verkauf an. Hier darf alles stehen, von „Ich will niemandem etwas aufschwätzen“ bis „Verkaufen habe ich nicht nötig“. Kennen Sie sie zuerst. Danach können Sie sie austauschen.

IHRE GLAUBENSSÄTZE

Verkauf ist für mich ...

.....

Beim Verkaufen denke ich ...

.....

Was glaube ich, denkt der Kunde über mich?

.....

3

SCHRITT 3

Wer ist der Glückliche? Ihre Zielkunden

Wen sehen Sie vor sich, wenn Sie an Ihre Wunschkunden denken? Malen Sie ihn sich so genau wie möglich aus. Sie wollen ihm etwas anbieten, das zu seiner Lage passt.

Versetzen Sie sich in seinen Alltag. Welche Aufgaben hat er? Wo drückt der Schuh? Je genauer Sie das wissen, desto stärker wird Ihr Türöffner am Telefon.

IHR ZIELKUNDE

Wer ist mein Zielkunde?

.....

In welcher Situation steckt er gerade?

.....

Womit kann ich ihn am besten unterstützen?

.....

4

SCHRITT 4

So geht's gut los: Ihr Einstieg

Am Telefon müssen Sie nicht verkaufen. Sie wecken Interesse. Nehmen Sie sich den Druck raus. Rufen Sie sich vor dem Wählen Ihr letztes gutes Gespräch in Erinnerung. Das hebt Ihre Haltung.

Womit steigen Sie ein? Denken Sie an sich selbst: Wann werden Sie bei einem Fremden hellhörig? Wenn er erzählt, wie toll er ist? Oder wenn er Ihnen eine Lösung für Ihr Problem zeigt?

Ein Beispiel: Sie bieten Webseiten-Optimierung an. Ihr Gesprächspartner will vielleicht ...

- besser gefunden werden
- mehr Anfragen bekommen
- mehr verkaufen

Genau da setzt Ihr erster Satz an. Bieten Sie ihm eine Lösung für seine Lage.

IHR ERSTER SATZ

Welche Aufgaben hat mein Zielkunde jeden Tag?

.....

Was will er verändern oder verbessern?

.....

Mit welchem ersten Satz treffe ich genau das?

.....

SCHRITT 5

5

Bedarf ermitteln: was will Ihr Kunde wirklich?

Sie haben Ihre Ansprache auf den Kunden abgestimmt und Ihre Leistung vorgestellt. Jetzt entscheidet er, ob es für ihn passt. Bleiben Sie offen. Fragen Sie ihn nicht platt, ob ihn Ihr Angebot interessiert. Fragen Sie lieber, welcher Punkt ihn daran interessiert.

Irgendwann kommt ein „aber“. Kein Budget, kein Bedarf, schon ein anderer Anbieter. Das ist normal. Ein Einwand zeigt Ihnen, dass Ihr Kunde abwägt. Er zeigt Ihnen auch, wo der Schuh drückt.

Fragen Sie nach. Bleiben Sie interessiert. Mit guten Fragen finden Sie heraus, was hinter dem Zögern steckt. Dafür eignen sich alle W-Fragen. Eine lassen Sie weg: das „Warum“. Es drängt Ihr Gegenüber in eine Rechtfertigung.

IHRE FRAGEN AN DEN KUNDEN

„Wie ist die Situation im Moment für Sie?“

„Wie lösen Sie das aktuell?“

„Was haben Sie bisher versucht?“

★ BONUS-TIPP: SO ÜBERWINDEN SIE DIE BARRIERE IM VORZIMMER

In größeren Firmen sitzt oft eine Telefonzentrale davor. Sie trennt Wichtiges von Unwichtigem. Diese Barriere nehmen Sie elegant.

Lassen Sie den Konjunktiv weg. „Ich hätte gern Frau Schulz gesprochen“ klingt zaghaft. Sagen Sie es direkt: „Frau Schmidt, bitte verbinden Sie mich mit Herrn Meier.“

Legen Sie sich einen Anknüpfungspunkt zurecht. Verweisen Sie auf zugesandtes Material. Nehmen Sie Bezug auf einen früheren Kontakt oder einen aktuellen Anlass, den Sie recherchiert haben. So haben Sie einen guten Grund parat.

Zum guten Schluss

Sie haben jetzt fünf Schritte und Ihren eigenen Leitfaden. Der nächste Anruf fällt Ihnen leichter, weil Sie wissen, was Sie sagen und wen Sie erreichen.

Sie kommen an einer Stelle nicht weiter?

Dann lassen Sie uns sprechen. In einem Kennenlerngespräch schauen wir gemeinsam, wo Ihr Gespräch gerade klemmt und wie Sie es lösen.

Kennenlerngespräch vereinbaren →

Viel Erfolg beim Telefonieren,
Christina Bodendieck