



MEDIA&SALES

erfolgreich verkaufen!

Erfolgreich Kundentermine akquirieren

[!] WORK

**Jedes Akquise-Telefonat erscheint zunächst wie ein
Abenteuer – nach dem Motto:
„Man weiß nie, was kommt. Aber ich werde das mit meiner
Flexibilität schon irgendwie meistern!“**

Kommt Ihnen das vertraut vor?

Kein Abenteuer – sondern planbarer strukturierter Prozess

(Kalt-) **Akquise ist kein Abenteuer, sondern ein planbarer, strukturierter Prozess.**

Es gibt in ihm nur wenige verschiedene Gesprächssituationen,
die in sich wiederum immer derselben Struktur folgen.

Wenn Sie dies erkennen, arbeiten Sie sehr viel effektiver!

Denn auf die vorhersehbar auftretenden Situationen können Sie sich
mittels eines Leitfadens vorbereiten und wissen immer, was als nächstes kommt.

Zwei Herausforderungen
A: Den richtigen Ansprechpartner/in identifizieren
B: Zu dieser Person "durchkommen"

Wie finden Sie den richtigen Ansprechpartner

Die beste, schnellste und akkurateste Methode einen Ansprechpartner zu identifizieren und Informationen über einen Zielkunden zu beschaffen ist das Internet

- Rufen Sie die Website des Kunden auf und suchen Sie nach verwertbaren Infos
- Suchen Sie nicht nur auf Google (www.google.de/) sondern auch auf Bing (<https://www.bing.com/?cc=de>), DuckDuckGo (<https://duckduckgo.com/>) und Metasuchmaschinen Metager (<https://metager.de/>) und Sie erhalten oft andere Infos zum Unternehmen
Suchen Sie nach dem Namen des Unternehmens und dessen Repräsentanten
- Suchen Sie auf "Wer liefert was" <https://www.wlw.de/> nach dem Unternehmen und schauen Sie in den Firmendetails nach Ansprechpartnern
- Suchen Sie auf XING (<https://www.xing.com/>) und LinkedIn (<https://de.linkedin.com/>) nach dem Unternehmen und nach Mitarbeitern aus dem Unternehmen
- Wenn Sie überhaupt nichts verwertbares finden:
Dann wenden Sie sich an den Inhaber/in bzw. Geschäftsführer/in ("steigen Sie oben ein")
Dieser/diese kann Sie dann immer noch an die richtige Person im Unternehmen weiterleiten
Dann bitte mit dem Hinweis "Herr / Frau XY empfahl mich direkt mit Ihnen auszutauschen..."

**Guten Tag, ich bin Ihr zuständiger Gebietsbetreuer
und würde Sie gerne einmal kennenlernen...**

**Das ist vermutlich einer der
schwächsten Sätze den Sie am
Telefon formulieren können.**

Wie ist die Sicht des Gesprächspartners?

Was denkt Ihr Gegenüber?

- Wer ist das?
 - Was will er/sie?
 - Wie lange dauert es?
 - Handelt er/sie in meinem Interesse? Oder will er/sie mir nur was verkaufen?)
 - Was bringt er/sie mir?
- Wenn Sie eine oder mehrere dieser Fragen nicht direkt beantworten, sinkt das Interesse sehr schnell...**

Überwinden der Zugangsbarrieren zum Ansprechpartner

Wenn Sie anrufen, landen Sie im Regelfall noch nicht bei der Person mit der Sie eigentlich sprechen wollen oder sollten.

A: Sie müssen entweder **an einer Person vorbei**, die die Anrufer vorsortiert
oder

B: Sie müssen **an einem Voicemailsystem vorbei**

Verwenden Sie für beiden Situationen diese Formel

"Guten Tag, meine Name ist ...
Ich möchte mit Herrn/Frau XY sprechen"

"Es handelt sich um eine geschäftliche Angelegenheit persönlicher Natur"

Gratulation!
**Sie haben die für Sie richtige Person
bei Ihrem Zielkunden erreicht.
Und nun?**

**"Interesse" wecken
und nicht "verkaufen"**

Welche Sätze Sie jetzt besser lassen sollten

„Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen ...“

- Damit signalisieren Sie, dass Ihr Gegenüber Ihnen einen Gefallen getan hat. Damit schmälern Sie ohne Not ihre eigene Position. Dabei sollte immer klar sein, dass **Sie** bei entsprechender Beratung und Umsetzung Ihrem Kunden **helfen**.

- Leider bedanken sich viele Berater/innen, wenn Sie sich am Telefon von Kunden verabschieden. Es ist tatsächlich gar nicht so einfach, damit aufzuhören. Vor allem, wenn Sie keine alternative Abschiedsfloskel in petto haben.

Besser ist stattdessen zu fragen: „**War dieses Gespräch hilfreich für Sie?**“ Wenn Sie tatsächlich eine Hilfe waren und Ihr Gegenüber so etwas sagt wie „**Ja, danke schön**“, sollten Sie aber nicht mit „*Nein, ich sollte Ihnen danken*“ oder „*Kein Problem*“ antworten. Antworten Sie stattdessen mit einem einfachen „**Gern geschehen**“ oder „**Das freut mich**“. Es fühlt sich anfangs vielleicht etwas seltsam an – machen Sie es aber bitte trotzdem.

Neun Sätze die Sie besser nicht verwenden sollten

- „Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit nehmen ...“
- „Ich melde mich nur kurz, um ...“
- „... der Stand der Dinge ...“
- „Ich wollte ...“
- „Sind Sie derjenige, der die Entscheidungen trifft?“
- „Ich will Ihre wertvolle Zeit nicht verschwenden.“
- „Darf ich Ihnen weitere Informationen schicken?“
- „Ehrlich gesagt ...“ oder „Um ehrlich zu sein ...“

Überlegen Sie selbst: Was lösen diese Sätze in Ihnen aus? Was bewirken diese bei Ihrem Gegenüber?

Machen Sie Ihren Zielkunden neugierig!

**Wir bieten Nutzen!
Wir helfen unseren Kunden selbst
besser zu verkaufen!**

- Das Thema „Nutzen“ ist ein zentraler Dreh- und Angelpunkt im Verkauf.
- Wer den Nutzen eines Angebots, Produktes oder einer Dienstleistung erkennt, ist eher bereit sich in einem Termin weitere Infos abzuholen.
- Ihre Aufgabe in der Anbahnung mit dem Kunden ist es den Nutzen Ihres Angebots in wenigen Sätzen einfach und verständlich auf den Punkt zu bringen!

**Den Nutzen Ihres Angebot kompakt vermitteln
und neugierig auf mehr machen!**

Wie wecken SIE bei ihrem Kunden Interesse?

Stellen Sie sich bitte folgende Fragen:

- Was ist Ihr Produkt?
- Welche Zusatzleistungen zum Produkt haben Sie?
- Was können Sie Ihrem Kunden dadurch für einen Nutzen bieten?
- Können Sie diesen Nutzen spezifizieren und in für den Kunden verständliche Worte fassen?
- Gibt es ggf. aktuelle Veränderungen der Marktlage, die Ihren Zielkunden direkt betreffen? Können wir ihn bei seinen dadurch entstehenden Herausforderungen unterstützen?
- Vor welchen Herausforderungen steht Ihr Kunde? Welche Ziele könnte er/sie haben? Und welche Auswirkungen hat das ggf. auf Ihr Produkt?

Diesen Fragen bearbeiten wir noch ausführlich!

Akquise per Telefon (Inbound & Outbound)

- Die Gesprächsführung per Telefon unterscheidet sich im Prinzip auf den ersten Blick nicht sonderlich von der Gesprächsführung im direkten Kundengespräch.
- Da Sie Ihren Gegenüber aber nicht vor sich sehen, kein direkter Blickkontakt möglich ist und Sie auch nicht so ohne weiteres durch Präsentationen, Unterlage oder Musterexemplare führen können, gelten einige andere Regeln die Sie beachten sollten.
- Zu unterscheiden ist auch Ihre jeweilige Rolle. Nehmen Sie ein Telefonat an („passiv telefonieren“ / „**Inbound**“) oder rufen Sie selbst an („aktiv telefonieren“ / „**Outbound**“)
- Bei aktiven Telefonaten (wenn Sie also selbst der Anrufer sind), haben Sie im Gegensatz zum Annehmen von Telefonaten den Vorteil, dass Sie sich auf das Gespräch vorbereiten können. Dies ist besonders dann hilfreich, wenn Sie Ihren Gesprächspartner noch nicht kennen. Sie können Ihre **Gesprächsstrategie** gründlich **planen**, überlegen welches **Ziel** Sie mit Ihrem Anruf **erreichen** möchten und **wie** Sie dies **bewerkstelligen** wollen.

Vorbereitung Outbound Calls (aktive Telefonate)

- Informationen sammeln
- Auf das Telefonat einstimmen
- Taktiken zum Finden des richtigen Gesprächspartners
- Vorbereiten wichtiger Punkte für einen Gesprächsleitfaden
 - Ziel des Anrufs
 - Argumente zu möglichen Motivationen des Angerufenen sammeln
 - Einwände bedenken und entkräften
- Gesprächsleitfaden erstellen und üben

Vorbereitung Outbound Call (Informationen sammeln) [1]

- Welche für Ihr Telefonat relevanten Informationen können Sie sich z.B. per Internet beschaffen?

- Über das Unternehmen: _____

- Über dessen Produkte / Dienstleistungen: _____

- Über Ihren Ansprechpartner im Unternehmen: _____

- Über die Handhabung des Themas, das Sie im Telefonat besprechen wollen:

- Evtl. gemeinsame Kontakte: _____

- Sonstiges (z.B. private Anknüpfungspunkte): _____

Auf das Telefonat einstimmen

Sie sollten sich auch Gedanken zu folgenden Fragen machen:

- Welche Einstellung haben Sie gegenüber Ihrem Gesprächspartner?

- Welche Haltung haben Sie zu dessen Produkten / Dienstleistungen?

Wodurch können Sie beim Gesprächseinstieg eine positive Stimmung erzeugen? durch

- Lächeln am Telefon
- einen freundlichen Tonfall
- Persönliches Ansprechen des Gesprächspartners mit seinem Namen (am Anfang, Mitte und am Ende)
- Anknüpfen an vergangene, gute Geschäftsbeziehungen
- Hineinversetzen in die Sicht des Gesprächspartners (Empathie)
- Positive Formulierungen
- Sprechen in der Wir-Form
- Beziehen auf Gemeinsamkeiten / Betonen von Gemeinsamkeiten
- _____

Gesprächsnachbereitung

- Machen Sie nicht nach einem Telefonat oder Kundengespräch nicht sofort mit dem nächsten Thema oder mit der nächsten Aufgabe weiter
- Halten Sie kurz inne, lassen den Gesprächsverlauf vor Ihrem „inneren Auge“ noch einmal vorüberziehen und fragen sich:
 - Was war das Ergebnis?
 - An welcher Stelle hat sich das Gespräch entschieden?
 - Was habe ich gemacht?
 - An welcher Stelle habe ich meinen Gegenüber überzeugt bzw. durch was habe ich ihn verloren?
 - Was möchte ich beim nächsten mal anders, besser oder wieder genau so machen?
 - Gibt es etwas neues für meinen Gesprächsleitfaden, dass ich aufnehmen möchte?
 - Gab es einen neuen Einwand auf den ich vielleicht noch eine bessere Antwort benötige?
 - Und wenn also ganz wunderbar in Ihrem Sinn gelaufen ist:
„speichern Sie das Gefühl dieses Moments ab!“

Kontakt: Dipl. Oec. Thomas Szász
Smartshop Strategies
Helmstedter Str. 22, 10717 Berlin
Tel: 030 / 3150 5815
eMail: szasz@smartshopstrategies.com

**Nicht vergessen:
Kennen – Können – Trainingszustand ;-)**

www.smartshopstrategies.com

