

Erfolgreich verkaufen

13 goldene Tipps für Ihre Telefonakquise

09.08.2010 | Autor: Ingo Vogel

„Schon wieder so ein lästiger telefonischer Klinkenputzer.“ Das denken wir oft, wenn uns ein Telefonverkäufer zuhause oder bei der Arbeit stört. Dasselbe denken Ihre Kunden, wenn Sie diese einfach so anrufen, um beispielsweise einen Besuchstermin zu vereinbaren – außer sie spüren sogleich: Dieser Anrufer ist anders.



Wer andere Menschen jobbedingt unaufgefordert und unangemeldet anruft, sollte damit rechnen: Er stört – zumeist! Denn der Angerufene wird überrascht und ist mit seinen Gedanken woanders. Also reagiert er reserviert, außer wir heben uns positiv von der Flut der (zum Glück) meist stereotyp klingenden Anrufer ab und machen die Zielperson neugierig. Deshalb ist beim Telefonieren ein Vorausdenken gefragt: Stimmt meine Stimmung? Was will ich erreichen? Und: Wie sage ich dies dem Gegen-über? Sonst hören wir das typische „kein Geld“, „keine Zeit“ und „kein Bedarf“.

Mit Freundlichkeit kommt man weiter – das gilt nicht nur beim Verkaufen am Telefon. Bild: MM-Archiv

Erfolgreich verkaufen ist „einfach“

Damit wir „gut rüber- und ankommen“, bedarf es keiner komplizierten Techniken und Tricks. Im Gegenteil: Erfolgreiche (Telefon-)Verkäufer faszinieren die

Menschen mit folgenden einfachen, aber unschlagbar wirkungsvollen Mitteln:

- ein hohes Maß an Authentizität, also „Echtheit“,
- einer guten Laune, die sie mit ihrer Stimme versprühen (Stimme = Stimmung), und
- einem ehrlichen Interesse für die Person, mit der sie gerade sprechen.

Hinzu kommt ein weiterer Erfolgsfaktor, gerade beim Vereinbaren von Terminen und Verkaufen via Telefon: eine positive Verbindlichkeit und Entschlossenheit. Denn wenn wir selbst nicht überzeugt und entschlossen sind (und wirken), warum sollte dies dann der Kunde sein?

Also, mehr Mut! Denn es ist ein Kinderspiel, mit mehr Erfolg zu telefonieren, wenn Sie folgende Tipps beherzigen:

1. „Be emotional“, denn Menschen kaufen Emotionen. Je sympathischer und besser gelaunt Sie als Person rüberkommen, desto eher lassen sich Menschen auf Sie ein. Wecken Sie also vor jedem Telefonat Ihre gute Laune.
2. „Be different“, denn Menschen „belohnen“ das Besondere. Langweilige Anrufer erleben Menschen Tag für Tag. Wenn Sie jedoch durch Ihre Stimme und Worte zeigen „Ich bin anders“, dann schenken Ihnen Menschen fast automatisch Aufmerksamkeit und Zeit. Telefonieren Sie mit ihnen wie mit einem Freund.
3. Achten Sie beim Sprechen auf das „Wie“. „Was“ Sie am Telefon sagen, ist wichtig, doch entscheidend ist das „Wie“. Und das stimmt fast automatisch, wenn Sie Lust am Sprechen mit dem Gegenüber haben. Dann merkt man dies auch Ihrer Stimme an.
4. Bedenken Sie: Der erste Eindruck zählt, der letzte bleibt. Denken Sie beim Telefonieren daran: Die ersten Sekunden entscheiden weitgehend über den Gesprächserfolg. Und Ihre letzten (klaren, verbindlichen) Worte darüber, was Ihr Partner von Ihnen im Kopf behält.
5. Wählen Sie einen starken, positiven Einstieg. Neben einer sympathischen und freundlichen Stimme ist besonders wichtig, dass Sie die angerufene Person sofort für Ihr Angebot interessieren. Das gelingt Ihnen mit einem knackigen Satz wie: „Frau XY, es geht um Ihre Vertragsverlängerung. Ich habe heute ein tolles Angebot für Sie.“ Fragen Sie Kunden nicht zu sehr, ob sie Ihr Angebot

interessiert. Fragen sie lieber „was“ beziehungsweise „welcher Punkt“ sie daran interessiert.

6. Sprechen Sie den Partner regelmäßig mit Namen an. Nutzen Sie die persönliche Anrede nicht nur bei der Begrüßung und Verabschiedung. Sprechen Sie den Kunden auch bei wichtigen Fragen, Aussagen und Bitten mit Namen an. Dasselbe gilt, wenn Sie das Gespräch in eine andere Richtung lenken möchten. Dann können Sie zum Beispiel sagen: „Herr XY, lassen Sie uns bitte...“

7. Reden Sie in kurzen Sätzen. Unser Gehirn arbeitet im Drei-Sekunden-Takt. Alles, was wir in dieser Zeit erfassen, können wir auch leicht verstehen. Sprechen Sie also in kurzen Sätzen. Diese kommen besser an.

8. Reden Sie empfängerorientiert. Achten Sie bei all Ihren Fragen und Aussagen darauf, wie der Kunde reagiert. Denn es zählt nur, was beim Anderen ankommt. Zuhören ist gut, ein aktives Hinhören, „wie“ der Kunden spricht oder antwortet, noch besser.

9. Achten Sie auf den richtigen Ton. Achten Sie auch auf solche verbalen Ausdrucksmittel wie Lautstärke, Sprechtempo und Betonungen und passen Sie diese dem Gesprächspartner an. Denn kleine Gemeinsamkeiten fördern das Gesprächsklima und Vertrauen.

10. Machen Sie Pausen. Sie brauchen Sprechpausen zum Vor- und der Kunde zum Nachdenken. Erhöhen Sie zudem durch Pausen gezielt die Spannung auf das, was kommt, und die Wirkung Ihrer wichtigen Aussagen.

11. Reduzieren Sie die Einwände. Stellen Sie regelmäßig Bestätigungsfragen wie „Sehen Sie das auch so?“, „Wollen Sie das?“, „Einverstanden?“. So vermeiden Sie unverhoffte Einwände. Und wenn Sie einmal ein Nein als Antwort erhalten, reagieren Sie mit Verständnis. Artikulieren Sie Ihr Verständnis und erfragen Sie dann gezielt, welcher Einwand dahinter steckt – zum Beispiel, indem Sie fragen: „Wie meinen Sie das?“

12. Vermeiden Sie Unwörter! Verzichten Sie auf solche Unwörter wie „eigentlich“, „aber“, „trotzdem“ und „man“; des Weiteren auf Pauschalisierungen wie „nie“, „jeder“, „alle“ und „immer“. Sie erzeugen Widerspruch. Dasselbe gilt für Formulierungen wie „Sie müssen...“.

13. Fragen Sie viel und reden Sie (recht) wenig. Wer fragt, der führt. Denn er lenkt, was der Kunde denkt. Nutzen Sie offene W-Fragen, wenn Sie viel erfahren möchten, und geschlossene Fragen, wenn Sie eine Entscheidung benötigen. Alternativfragen sollten Sie verwenden, wenn Sie zum Beispiel Termine vereinbaren möchten („Sollen wir uns am ...oder am ... treffen?“).

Und noch ein Tipp. Viele Menschen sind unentschlossen und zögerlich. Deshalb lieben sie ein verbindliches Gegenüber. Beweisen Sie also Entschlossenheit, wenn es darum geht, den Termin oder Auftrag unter Dach und Fach zu bringen.

Ingo Vogel ist Rhetorik- und Verkaufstrainer sowie Buchautor in Esslingen. Er gilt als der Experte für emotionales Verkaufen.

Redakteur/Autor: Jürgen Schreier

Copyright © 2010 - Vogel Business Media