

Emotionale Telefonakquise

# Der heiße Draht zum Kunden

Telefonanrufe werden von Kunden oft als Störungen empfunden. Das wissen Telefon-Verkäufer. Entsprechend unsicher und nervös agieren sie häufig am Telefon und provozieren damit just das „Nein“ des Kunden.

**W**er andere Menschen anruft, sollte damit rechnen: Er stört! Denn der Angerufene ist mit seinen Gedanken oft woanders. Also müssen sich Telefon-Verkäufer etwas einfallen lassen, um - sich von ihnen - zum Glück - meist einfalllosen und stereotyp klingenden Berufskollegen abzuheben und - die Zielperson neugierig zu machen.

Deshalb ist beim Telefonieren Vorausdenken gefragt: Stimmt meine Stimmung? Was will ich erreichen? Was ist meine Kernbotschaft? Und: Wie wecke ich mit zwei, drei Sätzen das Interesse des Kunden? Denn sonst erwidert der Kunde höchstwahrscheinlich „keine Zeit“, „kein Geld“ oder „das brauchen wir nicht“. Und das Telefonat ist im Handumdrehen beendet.

Um das Ohr (und Herz) von Kunden zu erreichen, bedarf es keiner komplizier-

ten Techniken und Tricks. Im Gegenteil: Erfolgreiche Telefon-Verkäufer sind Meister darin, Menschen mit ganz einfachen, jedoch unschlagbar wirkungsvollen Mitteln zu faszinieren:

- durch ein hohes Maß an Authentizität, also „Echtheit“
- durch die gute Laune, die sie mit ihrer Stimme als Ausdruck ihrer Stimmung versprühen und
- durch ihr ehrliches Interesse an der Person, mit der sie sprechen.

Hinzu kommt gerade beim Termine vereinbaren und Verkaufen per Telefon ein weiterer Erfolgsfaktor: eine positive Ver-

bindlichkeit und Entschlossenheit. Denn wenn der Telefon-Verkäufer selbst nicht überzeugt und entschlossen wirkt, weshalb sollte es dann der Kunde sein?

Nachfolgend 13 geldwerte Tipps, wie Sie Ihren Erfolg bei der Telefonakquise steigern:

**1 Be emotional: Menschen kaufen Emotionen!** Je sympathischer Sie als Person rüberkommen und emotional überzeugen, desto eher ist der Kunde bereit, sich auf Sie einzulassen. Versetzen Sie sich also vor jedem Telefonat in gute Laune - sofern Sie diese nicht schon haben.

**2 Be different: Menschen „belohnen“ das Besondere!** Langweilige Anrufer rauben beruflich oder privat stark eingespannten Menschen oft Zeit und Energie. Wenn Sie sich durch Ihre Stimme und Freundlichkeit sowie die gute Laune, die Sie ausstrahlen, von diesen „Störern“ positiv abheben, öffnet sich Ihr Gegenüber. Das heißt, er schenkt Ihnen Zeit, Vertrauen und Sympathie. Telefonieren Sie mit (Noch-nicht-)Kunden wie mit guten Freunden.

**3 Selbstbewusst, aber nicht überheblich sein!** Emotionen übertragen sich am Telefon fast ausschließlich über Ihre Stimme. Deshalb ist zwar wichtig, was Sie sagen; entscheidend ist jedoch das „Wie“. Die positive Nachricht: Wenn Sie gut gelaunt sind und voller Lust telefonieren, machen Sie beim Sprechen automatisch fast alles richtig. Also, mehr Mut!

**4 Der erste Eindruck zählt, der letzte bleibt!** Haben Sie im Hinterkopf: Die ersten Sekunden eines Telefonats entschei-

den weitgehend über dessen Verlauf. Und Ihre letzten Worte kurz vorm Abschied? Sie entscheiden darüber, was der Kunde von Ihnen und Ihren Aussagen im Kopf behält.

**5 Den Kunden regelmäßig mit Namen ansprechen!** Sprechen Sie Ihre Gesprächspartner nicht nur bei der Begrüßung und Verabschiedung persönlich an. Machen Sie dies auch, wenn Sie eine wichtige Frage stellen oder eine Aussage treffen. Oder wenn Sie eine Bitte formulieren. Und wenn Sie das Gespräch in eine andere Richtung lenken möchten - zum Beispiel, weil der Kunde vom „Erfolgspfad“ abschweift? Dann sagen Sie beispielweise: „Herr Mayer, lassen Sie uns bitte noch darüber reden, ...“

**6 Sprechen Sie deutlich und in kurzen Sätzen!** Das menschliche Gehirn arbeitet im Drei-Sekunden-Takt. Alles, was wir in dieser Zeit erfassen, das verstehen wir auch leicht. Gebrauchen Sie also kurze Sätze, damit Ihre Botschaften ankommen.

**7 Hören Sie aktiv hin und zu!** Achten Sie bei Ihren Fragen und Aussagen darauf, wie der Kunde darauf reagiert. Denn es zählt nur, was bei ihm ankommt. Hören Sie also aktiv hin und zu. Wie spricht der Kunde? Und: Wie und was antwortet er?

**8 Wählen Sie den richtigen Ton!** Darin, wie der Kunde spricht, zeigt sich seine Stimmung. Passen Sie Ihre Artikulation und Lautstärke sowie Ihr Sprechtempo und Ihre Betonungen ein wenig dem Gegenüber an. Denn kleine Gemeinsamkeiten verbessern das Gesprächsklima und fördern das Vertrauen.

**9 Machen Sie mal Pause!** Sprechpausen brauchen Sie zum Vordenken und der Kunde zum Nachdenken. Reden Sie also nicht wie ein Wasserfall. Erhöhen Sie durch Pausen bewusst die Spannung vor wichtigen Aussagen und steigern Sie deren Wirkung durch anschließende Sprechpausen.

**10 Reduzieren Sie die Einwände!** Stellen Sie im Gespräch regelmäßig Bestätigungsfragen wie „Sehen Sie das auch so?“. Oder: „Wollen Sie das?“ Oder: „Einverstanden?“ Das senkt die Zahl der (unverhofften) Einwände. Und wenn der Kunde auf eine Bestätigungsfrage mal „Nein“ erwidert? Dann reagieren Sie bitte offen und verständnisvoll. Zeigen Sie zunächst Verständnis und erfragen Sie dann den Einwand, der dahintersteckt - zum Beispiel mit der Frage: „Wie meinen Sie das?“

**11 Vermeiden Sie Unwörter!** Unwörter kosten Zeit und Wirkung. Und häufig provozieren sie Widerspruch. Streichen Sie, soweit möglich, unter anderem folgende Worte aus Ihrem Vokabular: eigentlich, aber, trotzdem, man, nie, jeder, alle, immer, nur, bloß, doch, müssen.

**12 Führen Sie das Gespräch mit Fragen!** Wer fragt, der führt. Denn er lenkt, was der Kunde denkt. Nutzen Sie offene W-Fragen, wenn Sie viel erfahren wollen, und geschlossene Fragen, wenn Sie eine Entscheidung benötigen. Und Alternativfragen wie „...am Montag, den 3. Mai, oder am Donnerstag, den 6. Mai“ eignen sich vorzüglich, um beispielsweise Termine zu vereinbaren.

**13 Überlegen Sie sich einen starken Einstieg!** Neben Ihrer sympathischen,

freundlichen Stimme ist besonders wichtig, dass Sie den (Noch-nicht-)Kunden zu Beginn des Gesprächs sofort für Ihr Angebot interessieren. Überlegen Sie sich also im Vorfeld einen knackigen Gesprächseinstieg wie: „Ich habe heute ein tolles Angebot für Sie!“ Fragen Sie den Kunden auch nicht zu sehr, ob ihn das Angebot interessiert, sondern was ihn interessiert. Und denken Sie daran: Viele Menschen sind unentschlossen. Sie lieben deshalb Gesprächspartner, die ihnen beim sich Entscheiden helfen. Zeigen Sie also beim Telefonieren Mut und Entschlossenheit. Denn wenn ein (Noch-nicht-)Kunde Ihr Angebot wirklich jetzt nicht will oder braucht, dann sagt er es Ihnen schon. •

*Ingo Vogel*

### Zum Autor

Ingo Vogel, Esslingen, ist Rhetorik- und Verkaufstrainer und gilt als der Experte für emotionales Verkaufen, Telefon (07 11) 76 76 - 3 03; E-Mail [info@ingo-vogel.de](mailto:info@ingo-vogel.de). Er ist unter anderem Autor der Bücher „Top-Emotional Selling - Die 7 Geheimnisse der Spitzenverkäufer“ und „Das Lust-Prinzip: Emotionen als Karrierefaktor“.

