

Telefonakquise. So geht es leichter!

Die Neukundengewinnung ist ein Dauerbrenner. In der letzten Ausgabe (Werbemonitor 01/2019) ging es um wichtige Vorbereitungen wie USP, Kundennutzen und potenzielle Kunden. Diesmal befassen wir uns mit dem Gesprächsverlauf, um neue Kunden zu gewinnen. Die Chance, per Telefon einen Termin oder ein persönliches Gespräch mit potenziellen Kunden zu erhalten, ist acht- bis zehnmal höher als per E-Mail oder Brief. Also, ab ins kalte Wasser.

Oft hören wir in Seminaren: „Ich hasse Telefonakquise“ oder „Gespräche mit unbekannten Personen kann ich so gar nicht leiden!“ Und dann stellen wir die Frage: „Wie kann mit dieser Einstellung ein erfolgreiches Telefonat geführt werden?“ Denn wenn man ein Produkt vermarkten will, ist es wichtig, seine Rolle als überzeugender Botschafter zu finden. Nur mit dem nötigen SELBST-BEWUSST-SEIN wird ein Telefonat zu einem erfolgreichen Akquisitionsgespräch.

Alles beginnt mit SELBST–BEWUSST-SEIN

Ich selbst – also mein ganz persönliches ICH. Das Wort „selbst“ hat eine weitere, ganz andere Bedeutung, nämlich „auch“ oder „sogar“. Beispielsweise bleibe ich selbst (sogar) bei schwierigen Kunden ruhig und selbstsicher. Aus selbstsicher ergibt sich ein „Sogar-Bewusstsein“! Trotz widriger Umstände finde ich den bewussten positiven Zugang zu meinem „Selbst“. Dieser Gedanke stärkt! Das Finden des persönlichen „Sogars“ fällt vielen Unternehmern viel leichter als die Beschreibung des eigenen SELBST-BEWUSSTSEINS und der Weg zum Erfolg findet sich ganz von allein. So könnte eine stärkende Aussage lauten: „Selbst (sogar) nach fünf negativen Gesprächen und Absagen bin ich voll motiviert!“

Der bewusste Zugang zu Dingen ist nicht immer bequem. Mit Achtsamkeit anderen Menschen zu begegnen, beinhaltet Respekt und Interesse an unseren Mitmenschen. Bewusstsein zu schaffen hat immer mit Veränderung und dem Aufgeben alter Verhaltensmuster zu tun. Das sind aktive Handlungen, die gerade bei der Kaltakquise besonders wichtig sind. Raus aus dem alten Telefonmuster – mit Mut und Willenskraft hin zu neuen Strukturen und Gesprächsabläufen. Ich bin – das ist wieder ein aktiver Zustand. Jetzt liegt es nur noch an mir selbst, wie viel Aktivität ich in mich investieren möchte. Dabei gilt natürlich die alte Regel – je mehr, desto besser!

Reden Sie mit Ihrem Kunden mal anders

Jeder, der im Vertrieb und der Akquise tätig ist, weiß, welche Hürden genommen werden müssen. Dazu zwei konkrete Empfehlungen, wie Sie Ihre Gespräche optimieren können.

Fragen statt argumentieren

Gerade beim Telefongespräch ist die Kunst des Überredens noch immer häufig vorzufinden. Kunden werden schlichtweg

„niedergeredet“, da der Verkäufer in möglichst kurzer Zeit möglichst viel Inhalt vermitteln möchte. Der Erfolg bleibt aus – der Frust wird groß! Verändern Sie das Gesprächsmuster: Hören Sie auf mit der „Sagetechnik“ und beginnen Sie das Gespräch mit Fragetechnik! Erfolgreiche Akquise basiert auf erfolgreichen Fragen und weniger auf ausgeklügelter Argumentationstechnik. Aber wie soll das gehen? Gerade in der ersten Gesprächsphase wird in der Regel zu viel geredet und dem Gesprächspartner wenig Möglichkeit gegeben, sich selbst aktiv am Gespräch zu beteiligen. Das erzeugt beim Gegenüber den Eindruck: „Der will mir nur was verkaufen und etwas einreden!“ Wie so ein Gespräch endet, wissen wir: „Nein danke – kein Interesse, keine Zeit, haben wir bereits, brauchen wir nicht!“ Beziehungsaufbau am Telefon bedeutet: Sorgen Sie von Beginn an dafür, dass Ihr Gegenüber das Gespräch MIT Ihnen FÜHRT und nicht nur Sachargumente aufgezählt werden. Dadurch werden Ablehnungsfaktoren automatisch reduziert.

Nach dem Telefonat ist vor dem Telefonat!
Evaluieren Sie jedes Gespräch – das ist die Basis für weitere Erfolge. Daher nehmen Sie sich nach jedem Telefonat die Zeit und stellen sich folgende Fragen:

Wo waren „Knackpunkte“ im Gespräch?
Schlüssel und Wendepunkte im Gespräch erkennen! Es sind oft die Feinheiten der Wortwahl, der Tonlage oder der Argumentation, die über Erfolg oder Misserfolg im Telefonat entscheiden. Seien Sie wachsam und erkennen Sie diese Finessen, um im entscheidenden Moment wiederholt richtig zu agieren.

Ziel erreicht oder nicht?
Erfolg ist das Erreichen vorher gesetzter Ziele. Haben Sie Ihr persönliches Ziel – Termin, Anfrage, Abschluss, Informationen, Beratung – erreicht? Ganz klares „Ja“ oder „Nein“?

An welcher Stelle habe ich mich wohlgefühlt? Stärken stärken! Wenn Sie erkennen, in welcher Gesprächssituation alles gut gelaufen ist, dann wiederholen Sie diese Situation bewusst und bauen Sie auf diesen Erfahrungen auf. Machen Sie sich Ihre Stärken im Gesprächsverlauf bewusst und überlassen Sie diese Erfolgserlebnisse nicht dem Zufall.

Was mache ich beim nächsten Telefonat anders?Konzentration auf das nächste Gespräch!
Im Tun und in der bewussten Wiederholung liegt das Geheimnis des Erfolgs. Sehen Sie jede Veränderung der Gesprächsstruktur als Chance, Ihre persönliche Erfolgsquote zu verbessern.

Fazit
Wer Erfolg in der Neukundengewinnung haben möchte, muss Akquise zur wichtigsten Priorität erheben.

Weitere Informationen:

Konkreter Tipp – kreativer Gesprächseinstieg

Besonders gut geeignet, wenn der Kunde bereits ein ähnliches Produkt besitzt und das Gegenargument „Haben wir bereits“ kommen könnte. Nehmen Sie dem möglichen Einwand einfach den Wind aus den Segeln, indem Sie den Einwand selbst aussprechen.

Kunde: „Michael Müller, guten Tag.“
Akquise: „Guten Tag Herr Müller, mein Name ist Max Muster von der Kreativagentur Supercool. Ich freue mich, Sie zu erreichen. Sind Sie im Marketing für den Werbemitteleinkauf verantwortlich?

Achtung: Wichtig ist es, zwischen Verantwortung und Zuständigkeit zu unterscheiden – nur so ist ein effizientes Gespräch möglich und Sie sparen leere Kilometer.

Kunde: „Ja.“
Akquise: „Darf ich gleich auf den Punkt kommen?“
Kunde: „Ja bitte?!?“
Akquise: „Fein! Ich gehe davon aus, dass Sie bereits verschiedene Lieferanten für Werbemittel beauftragen.“

Kunde: „Ja, natürlich arbeiten wir bereits mit anderen zusammen!“

Und hier beginnt die Strukturveränderung im Gespräch. Wenn ein Kunde früher meinte: „Wir sind gut versorgt“, bedeutete das auch das Ende des Gesprächs oder es hätte den Kampf mit den Einwänden (Argument-Gegenargument-Argument-Gegenargument) gegeben.

Bei diesem Einstieg bekommen Sie auf Ihre aktiv gestellte Frage ein „Ja“ und können das Gespräch weiterführen.

Akquise: „Sehr gut, dann haben Sie bereits viel Erfahrung. Wenn Sie jetzt spontan an eine große Herausforderung denken oder an ein Problem, das immer wieder auftaucht, was wäre das denn?“

Wertschätzung, Beziehungsaufbau, Anerkennung! Jetzt kann der Kunde aus einer ganz anderen Perspektive mit Ihnen über mögliche Probleme und Herausforderungen reden und ist offener für mögliche neue Geschäftsmodelle.

Foto: langstrup @ 123RF.com