

Tipps zur Telefonakquise

Ergänzt und modifizierte Tipps nach Andree Literski (Kunden gewinnen am Telefon, Haufe 2006, ISBN 978-3-448-07525-0) und Claudia Fischer (telefonsales, Gabal, 2. Aufl. 2006, ISBN 3-89749-288-1)

1. Gestalten Sie den „Telefonplatz“ so angenehm wie möglich. Kleiden Sie sich so, dass Sie wohl fühlen. Setzen Sie sich so, dass Sie frei atmen können und den Kopf nicht senken müssen (gerader Blick!)
2. Wählen Sie eine Tageszeit, in der Sie sich fit und leistungsfähig fühlen. Greifen Sie zum Hörer, sobald Sie spüren, dass Sie sich auf den bevorstehenden Kontakt freuen.
3. Finden Sie heraus, welche inneren Barrieren Sie vielleicht noch behindern (geringes Zutrauen zu den eigenen Fähigkeiten? Angst den anderen zu belästigen, von ihm abgewiesen zu werden, auf seine Einwände nicht reagieren zu können?). Sehen Sie in jedem Anruf eine Chance, diese Barrieren zu verringern.
4. Versetzen Sie sich mental in einen optimalen „Ausgangszustand“, indem Sie sich an Situationen erinnern, in denen Sie überzeugend und freundlich-zugewandt aufgetreten sind. Stellen Sie sich vor, einen geschätzten Freund anzurufen.
5. Visualisieren Sie, wie Sie und Ihr Partner sich am Ende des Telefonats fühlen werden. Dies macht es ihrem Unterbewusstsein leichter, auf das Ziel hinzuarbeiten.
6. Sichern Sie sich von Gesprächsbeginn an die Aufmerksamkeit Ihres Kunden. Sprechen Sie diesen wiederholt mit Namen (inkl. Titel) an, spätestens nach drei Minuten (Das Hören des eigenen Namens hat immer eine Signalfunktion, nach drei Minuten sinkt das Interesse deutlich). Senden Sie „Sie-Botschaften“, die den anderen in Mittelpunkt rücken und verzichten Sie auf zu viele „ich's“.
7. Üben Sie, Ihre Gesichts- und Nackenmuskeln entspannt zu halten und möglichst zu lächeln. Lächeln versetzt Sie selbst in einen besseren Zustand! Stellen Sie einen kleinen Spiegel ins Umfeld Ihres Telefons, um sich immer wieder durch einen Blick in den Spiegel von Ihrem Entspannungsgrad zu überzeugen und diesen ggf. zu verbessern.
8. Auch folgender Trick versetzt Sie in einen guten Ausgangszustand: Machen Sie Kopien von Fotos, auf denen Sie lächeln, Begeisterung ausstrahlen und sympathisch wirken im Telefonumfeld auf. Lassen Sie sich durch kurze Blicke auf die Bilder immer wieder neu motivieren.
9. Fassen Sie für sich selbst kurz zusammen (z.B. in Form einer Checkliste), warum Sie von Ihren Angeboten auch selbst überzeugt und begeistert sind.
10. Sorgen Sie für eine angenehme Gesprächsatmosphäre, indem Sie bei einem Ruhepuls von 60 Schlägen pro Minute telefonieren und auch Ihre Gesprächspartner entsprechend takten.
11. Präsentieren Sie sich nicht als Bittsteller, sondern als jemand, der etwas Gutes (Hilfreiches) anzubieten hat und den Angerufenen bei der Erreichung von dessen Zielen unterstützen möchte.
12. Bauen Sie Ihre Begrüßung nach der Formel auf: Guten Tag – Vorname – Name – Firma. Sie geben so dem Telefonpartner die Möglichkeit und Zeit, sich auf Ihre Person einzustellen und Ihren Familiennamen besser wahrzunehmen. Geben Sie ggf. eine Merk- und Verständnishilfe: Mein Name ist Mück, wie die Mücke nur ohne „e“.
13. Gehen Sie auch mit Mitarbeitern der Telefonzentrale oder des Sekretariats wertschätzend um. Sprechen Sie diese mit Namen an.
14. Bitten Sie immer erst um die Durchwahl, bevor Sie sich durchstellen lassen. Erfragen Sie auch den Vornamen Ihres Ansprechpartners, um diesen später leichter identifizieren und anschreiben zu können.

15. Sorgen Sie für ein gutes Grundgefühl auf beiden Seiten: Jedes Gespräch ist so gut wie das Gefühl, das es vermittelt.
16. Begegnen Sie dem anderen auch auf der „Beziehungsebene“, indem Sie sich für dessen Person (Interessen, Hobbys, Pläne) interessieren.
17. Kommen Sie trotz allem bisher Gesagten von Anfang an rasch auf den Punkt, indem Sie direkt nach der (professionellen) Begrüßung Ihr Anliegen präzise formulieren. Oft entscheiden die ersten 30 Sekunden. Ihr Telefonpartner schwimmt nicht in Zeit!
18. Beenden Sie den Gesprächseinstieg (Begrüßung, Vorstellung, Kurzhinweis zur Sache, Abriss des möglichen Nutzen Ihres Angebots) mit einer offenen Frage, die Ihr Angebot mit dem möglichen Nutzen für den Anrufer verbindet („Wie wichtig sind für Sie...?“ „Was daran interessiert Sie besonders?“).
19. Protokollieren Sie Ihr Gespräch in den wesentlichen Punkten mit Hilfe einer Checkliste.
20. Fast banal: Lassen Sie den Kunden ausreden, zeigen Sie Interesse an seinen Gedanken und Bedürfnissen. Wiederholen Sie, was Sie verstanden haben.
21. Argumentieren Sie immer über den Nutzen für den Kunden.
22. Halten Sie Ihre eigenen Redebeiträge kurz – je mehr Ihr Kunde sich merken muss (z.B. Zusatzfragen), umso rascher wird seine Aufmerksamkeit abnehmen.
23. Versuchen Sie nicht jeden Kundeneinwand zu parieren. Nicht auf alles muss man eingehen.
24. Nehmen Sie Einwände und Ablehnungen nicht persönlich. In erster Linie verrät Ihr potenzieller Kunde etwas über sich selbst.
25. Üben Sie, positive und konstruktive Aussagen zu machen (Nicht: „Vor Dienstag geht es nicht...“ besser: Spätestens am Mittwoch werde ich für Sie...“)
26. Drücken Sie sich immer wertschätzend aus, machen Sie Komplimente (ohne diese zu übertreiben).
27. Üben Sie, dass Ihre Stimme angenehm klingt und mit der Stimmlage und dem Geschlecht Ihres Gesprächspartners harmoniert.
28. Gleichen Sie sich dem Sprechtempo dem Ihres Gesprächstempo an, es sei denn, Sie werden dadurch nervös.
29. Greifen Sie Bilder und Beispiele Ihres Telefonpartners auf, um sich in dessen Vorstellungswelt verständlich zu machen.
30. „Fesseln“ Sie den anderen durch die Art Ihrer Mitteilung.
31. Setzen Sie Pausen im richtigen Moment.
32. Versprechen Sie nur, was Sie wirklich einhalten können.
33. Führen Sie durch „offene“ Fragen (die nicht nur mit „ja“ oder „nein“ beantwortet werden können).
34. Sprechen Sie NICHT schlecht über Mitbewerber, das sollten Sie nicht nötig haben.
35. Benutzen Sie keine leeren Floskeln („eigentlich“, „eventuell“, „normalerweise“, „vielleicht“, „ich denke“, „ich glaube“), Konjunktive („könnte man“), „Antiwörter“ („Aber“, „trotzdem“, „nein“, „jedoch“, „müssen“), Reizwörtern („Vertrag“ besser: Vereinbarung, „Kosten“ besser: Investition) oder „verräterische“ Aussagen („ehrlich gesagt“, „offen gesagt“).
36. Vermeiden Sie „Killerfragen“ oder Fragen mit den schon erwähnten Reizwörtern, die den anderen in negative Zustände versetzen können (statt „Störe ich?“ besser „Wie gelegen kommt Ihnen mein Anruf?“)
37. Nutzen Sie die Gelegenheit einen Termin zu vereinbaren, wenn der Kunde Fachfragen stellt oder Unterlagen wünscht.
38. Fassen Sie am Ende des Gesprächs kurz, freundlich und wertschätzend das Wichtigste zusammen.
39. Legen Sie erst auf, nachdem der andere den Hörer aufgelegt hat.
40. Loben und belohnen Sie sich für erfolgreiche Telefonate.
41. „Ankern“ Sie positive Erfahrungen, um diese als positiven Zustand später wieder abrufen zu können.
42. Führen Sie eine Erfolgsstatistik (auch zur persönlichen Motivation).

43. Gewährleisten Sie eine umgehende „Nachbereitung“ (z.B. Bestätigung und Dank per Email).
44. Gönnen Sie sich nach jedem Telefonat eine Pause, um sich ausreichend auf das neue Telefonat einstellen zu können.
45. Führen Sie Gespräche mit vergleichbarem Inhalt möglichst hintereinander. Sie selbst sind dann „warmgelaufen“ und kommen immer schneller zum Punkt.
46. Führen Sie auch unterschiedliche Gespräche mit Mitarbeitern des gleichen Unternehmens möglichst am gleichen Tag, da Sie dann aktuelle Informationen des einen Mitarbeiters für das Telefonat mit einem anderen Mitarbeiter nutzen können.
47. Zeichnen Sie Ihre eigenen Redebeiträge immer mal wieder akustisch auf, um diese anschließend selbst oder mit anderen zu analysieren.