

Redaktioneller Artikel

Ich rufe IHRE Kunden an!

Das "leidige" Thema im Verkauf: Telefonakquise



Thema Telefonakquise

Die Freude über die Ankündigung eines Seminars zum Thema „Telefonakquise“ hält sich bei Verkäufern ja meist in überschaubaren Grenzen. Da gibt es häufig die „Ich-mache-das-schon-20-Jahre-so“-Fraktion, außerdem die „Ich-bin-eher-der-Typ-für-den-persönlichen-Kontakt-vor-Ort“-Fraktion, weiterhin die „Das-funktioniert-in-unserer-Branche-nicht“-Fraktion, und zu guter Letzt folgt manchmal noch die „Ich-bin-neu-hier-und-verstehe-die-ganze-Aufregung-nicht-wir-können-es-ja-mal-probieren“-Fraktion.

Worauf kommt es bei der Telefonakquise an...

Früher habe ich versucht, im Gespräch die Teilnehmer von den Vorteilen der telefonischen Erstansprache zu überzeugen. Meine Argumente gingen von „höherer Schlagzahl“ über „wetterunabhängig“ bis „geht auch ohne Führerschein“. Meist hielt sich der Erfolg aber in Grenzen. Argumentativ konnte ich die Teilnehmer schon überzeugen, aber ihre Herzen erreichte ich nicht immer. Heute mache ich das anders. Die Teilnehmer bringen ihre Kontaktdaten von potentiellen Kunden mit ins Seminar. Ich brauche mindestens 20 Adressen. Dann mache ich einen Deal mit den Teilnehmern. Ich sammle die Adressen ein, telefoniere so lange, bis ich mit zehn Entscheidern gesprochen habe und anschließend werten wir gemeinsam aus, wie es gelaufen ist. Zehn Kontakte deshalb, weil das Gesetz der Zahl gilt - auch ich kann mal „ins Klo“ greifen, aber nicht zehn Mal am Stück. Natürlich habe ich von den Produkten der Unternehmen kaum eine Ahnung. Das ist aber nicht schlimm, denn es geht ja bei der telefonischen Erstansprache nur um das Interessieren, nicht um das Informieren.

Meiner Erfahrung nach benötigen die Teilnehmer für die Telefonakquise zwei Dinge: Erstens einen Telefonleitfaden mit stichpunktartigen Textbausteinen und zweitens ein starkes Mindset. Nicht à la: „Ich bin ein armes Schwein, weil ich dich anrufen muss und du bist eine arme Sau, weil du rangegangen bist“. Stattdessen braucht es von der Einstellung her ein Gespräch auf Augenhöhe und eine klare Zielsetzung. Meine Frage an die Teilnehmer lautet daher oft: „Kennen sie einen Kunden, der von Ihrem Produkt einen Nutzen hat?“ Antwort: „Na klar.“ Meine nächste Frage: „Glauben Sie, dass der potentielle Kunde, den ich jetzt anrufen werde, Sie, sein Problem und Ihre Lösung kennt?“ Die Antwort: „Höchstwahrscheinlich nicht.“ Okay, also ob der Kunde kauft oder nicht, entscheidet dieser ja am Ende selbst. Im ersten Telefonat geht es aber darum, sein Interesse zu wecken und, falls das gelingt, einen Termin zu vereinbaren. Mehr nicht!

Im Folgenden rufe ich aus dem Seminarraum zehn potentielle Entscheider an und anschließend werten wir die Ergebnisse gemeinsam aus. Meine Ansage heißt dann: „Wer von euch kann das so? Derjenige kann nach vorne kommen, macht es drei Mal vor und wenn alle anderen sagen: ‘Das wahr ähnlich gut!’, dann ist er vom Rest der Schulung befreit.“ Ich mache das seit ca. zehn Jahren so, bisher ist noch kein Teilnehmer aufgestanden und nach vorne gekommen...

Im Anschluss erarbeiten wir gemeinsam die Gesprächsbausteine und üben diese in Kombination mit einem vorteilhaften Mindset ein. Am zweiten Tag der Veranstaltung veranstalten wir eine „Telefonparty“. Das heißt: In wechselnden Zweiergruppen werden von den Teilnehmern potentielle Kunden angerufen und anschließend die Gespräche ausgewertet. Am Ende des Tages werden die erfolgreichsten natürlich ausgezeichnet! Dazu laden wir meist den Verkaufsleiter ein und erarbeiten gemeinsam konkrete Schritte, um die telefonische Kundenansprache sofort in die Praxis zu transferieren.

Also falls auch Sie jetzt Lust auf eine Telefonparty bekommen haben... Kontaktieren Sie uns!

In diesem Sinne: Raus aus der Komfortzone!

#derLÖSER für Ihre Vertriebsaufgaben

Jens Löser

Copyright © 2018 - Löser Consulting/ Jens Löser