

## Die wichtigsten Tipps für ein erfolgreiches Telefon-Marketing

### 1. Das richtige Thema/ Produkt/ Dienstleistung

- Ist das Thema wichtig, dringend, für den Kunden interessant, um gerade jetzt darüber zu sprechen?
- Was ist der konkrete Nutzen/ Vorteil für den (potentiellen) Kunden?

### 2. Die richtige Zielgruppe

- Ist mit einem grundsätzlichen Interesse zu rechnen?
- Kann sich die Zielgruppe die Produkte/ Dienstleistung überhaupt leisten?
- Welche Gesprächspartner sind die Interessantesten?
- Grundsatz: Nur mit der zuständigen Person sprechen!
- Selektionskriterien festlegen
- Durch Fragetechnik beim Gesprächsanfang sondieren, ob es sich wirklich um einen interessanten (potentiellen) Kunden handelt

### 3. Die richtige Vorbereitung

- Ziele setzen: Genaue Vorstellungen darüber, was mit dem Telefongespräch erreicht werden soll, z.B.:
  - einen Termin vereinbaren
    - ein Angebot unterbreiten
    - Unterlagen zusenden
    - Direkt am Telefon verkaufen
    - Generales Interesse abklären
    - Informationen über zukünftige Projekte der (potentiellen) Kunden beschaffen
- Welchen Türöffner/ Aufhänger wollen Sie für die Gespräche verwenden?
- Grundlagen für einen erfolgreichsten Türöffner/ Aufhänger ist die genaue Kenntnis über die Bedürfnisse, Herausforderungen, Gedanken etc. der Gesprächspartner

#### *Beispiele von Türöffnern/ Aufhängern*

- *Etwas Neues, Aktuelles, Spezielles*
- *Ein (zusätzlicher) Nutzen/ Vorteil etc.*
- *Ein konkretes Problem*
- *Ein konkretes Gefühl ansprechen etc.*

- Überlegen, wie die Situation des (potentiellen) Kunden beim Anruf ist
  - Der (potentielle) Kunde wartet nicht auf den Anruf
  - Der (potentielle) Kunde ist unter Zeitdruck, hat andere Sorgen, will nicht gestört werden, etc.
  - Sich überlegen, mit welchem ‚Abwimmelungssätzen‘ oder Gegenargumenten Sie konfrontiert werden könnten
  - Wie wollen Sie darauf reagieren?
- Möglichst viele Informationen über den Gesprächspartner sammeln
  - Beispiele der vorhandenen Informationen
  - Persönliche Daten, Kundengeschichte, Verträge, etc.
- Ein persönliches Telefon-Skript erstellen: Blatt mit den ersten Einstiegssätzen
  - Ein fremdes Telefon-Skript enthält oft Einstiegssätze, welche nicht der eigenen Überzeugung oder vom Aufbau her nicht den eigenen Stärken entsprechen
  - Allenfalls fremde Ideen für den Einstieg sammeln und anschließend selber ein auf die eigenen Stärken und Überzeugungen zugeschnittenes Skript erstellen
- Skript in eigenen Dialekt erstellen
- Hilfsmittel bereitstellen: Skript, Telefon-Marketingformular/ Rapport, Argumentationskatalog, Agenda, Unterlagen mit Details zum Angebot
- Das Gespräch ankündigen
  - Durch Versand von „persönlichen“ Briefen
  - Durch Versand von Mustern
- Interessenten durch verschiedene Messen, Werbe- und PR-Aktionen gewinnen

#### **4. Der richtige Zeitpunkt**

- Wann sind die (potentiellen) Kunden erreichbar?
- Wann haben die (potentiellen) Kunden Zeit für mich?
- Saisonale Aspekte
- Wochentage
- Tageszeiten
  - Erfahrungswerte
  - Randstunden: vor 08:00 Uhr, nach 17:00 Uhr
  - Am Abend
- Bei schönem Wetter! Die Leute sind bei schönem Wetter besser motiviert

## 5. Der richtige Gesprächseinstieg

- Wichtigster Grundsatz: Der Gesprächspartner muss das Gefühl haben, dass er/sie persönlich und individuell angesprochen wird
- Der Gesprächspartner muss sofort wissen, worum es grundsätzlich geht und wie er/sie von diesem Gespräch profitieren kann
- Im Gesprächseinstieg nicht das Produkt oder die Dienstleistung, sondern über einen Nutzen oder Vorteil informieren
- In den ersten 5-10 Sätzen eine gemeinsame Gesprächsbasis schaffen und das Interesse für „Erlaubnis“ für die Fortsetzung gibt – „Interessiert Sie dieses Thema?“
- Das erste Ziel des Telefon-Marketings ist es nicht, Besuchstermine oder Abschlüsse zu erwirken, sondern mit den (potentiellen) Kunden ins Gespräch zu kommen
- Sich beim (potentiellen) Kunden für seine Treue bedanken oder für etwas Konkretes loben, sind immer interessante Möglichkeiten für einen positiven Gesprächseinstieg

## 6. Der richtige Gesprächsablauf

- Zusammenfassung der wichtigsten Punkte des Gesprächsablaufs: Roter Faden
- Gesprächsablauf stichwortartig festhalten
- Aktiv hören
- W-Fragen stellen
- Durch den roten Faden zum Gesprächsabschluss leiten

## 7. Der richtige Gesprächsabschluss

- Vorschlag für das weitere Vorgehen
- Verkaufsabschluss
- Terminvereinbarung
- Offerte, Unterlagen zusenden
- Bei Absagen die „Tür für ein weiteres Gespräch offen lassen“
- Eine einmalige Absage bedeutet nicht, dass ein weiteres Telefon-Gespräch nicht erfolgreich ist
- Fragen Sie den (potentiellen) Kunden, ob er/sie auch in Zukunft an Informationen über Aktionen, Neuheiten etc. interessiert ist
- Fragen Sie, ob das Thema/ Produkt bzw. die Dienstleistung für zu einem späteren Zeitpunkt in Frage kommt
- Sich für das Gespräch bedanken

## 8. Die richtige Nachbereitung

- Rapport mit den wichtigsten Punkten des Gesprächs ausfüllen
- Telefonate sind zu teuer, um nach einem Gespräch einfach „fortgeworfen“ zu werden!
- Nicht zu vergessen sind persönliche Details unseres Gesprächspartners wie Hobbies, persönliche Vorlieben und Ansichten etc.
- (Online)Ordner mit den Rapporten anlegen oder direkt in CRM eingeben
- Rapporte entweder nach Gesprächsdatum oder besser noch in dem Monat ablegen, in dem die (potentiellen) Kunden wieder kontaktieren werden sollten - Wiedervorlage
- Ordner mit 12-Register für die Monate

Vereinbartes sofort erledigen, z.B.:

- Unterlagen zusenden
- Offerte erarbeiten und zusenden
- Besuch bestätigen

## 9. Eine langfristige Beziehung durch Telefon-Marketing aufbauen

- Nicht kurzfristige Abschlussquoten, sondern den Aufbau einer Kundenbeziehung anstreben
- Die (potentiellen) Kunden ohne „Hardselling“ über Neuheiten informieren
- Die Kundenzufriedenheit abklären
- Die Kunden zu Verbündeten machen
- Aktive Weiterempfehlung
- Information über weitere potentielle Kunden aus dem persönlichen Umfeld der Kunden unter Verwendung von Kundennamen als Referenz