

Das Loch in der Wand verkaufen

Klaus-J. Fink gibt wertvolle Ratschläge zur erfolgreichen Telefon-Akquise



„Auf (Nimmer-)Wiederhören!“ Schon wieder ein Anruf, und schon wieder eine Absage! Welcher Verkäufer hat das nicht schon erlebt?!. Klaus-J. Fink, der Experte für telefonische Neukundengewinnung und Trainer des Jahres 2002 erläutert, mit welcher inneren Einstellung Verkäufer an die Kaltakquise herangehen müssen.“

Wie motiviere ich mich, den Hörer in die Hand zu nehmen?

Klaus-J. Fink: In nahezu allen Branchen wird das Geld am Telefon verdient – beim Kunden wird es nur noch abgeholt. Sie können eine noch so charismatische Ausstrahlung besitzen, in Ihrer Präsentationstechnik perfekt sein, über eine hohe Identifikation mit Ihrem Produkt oder Dienstleistung verfügen – wenn Sie keine Chance haben sich beim Kunden vorzustellen, nutzen Ihnen diese Qualifikationen wenig. Machen Sie sich deshalb bewusst, dass der effiziente Einsatz des Telefons der entscheidende Erfolgsfaktor für Ihre Neukundengewinnung ist. Eine positive Grundeinstellung und eine hohe psychische Stabilität sind Voraussetzung, um diese anspruchsvolle Tätigkeit zu bewältigen. Mein Tipp: Halten Sie Ihre Aktivitäten (Wählversuche/Kontakte) schriftlich fest – jedes „Kunden-Nein“ bringt Sie näher an das nächste „Ja“.



Und nach dem „Hallo“ ? Wie geht es mit dem Telefonat weiter?



Klaus-J. Fink: Die ersten drei Sekunden der Verständigung sind eine der schwierigsten Phasen des Gesprächs. Es ist besser, erst den Kunden mit seinem Namen zu begrüßen und dann den eigenen Namen und den Unternehmensnamen zu nennen. So überbrücken Sie die ersten kritischen Sekunden und verhindern die Rückfrage „Wie heißen Sie? Von welchem Unternehmen sind Sie?“.

Wie überzeuge ich den Kunden?

Klaus-J. Fink: Verkaufen Sie **in der Wand!** Reden Sie also Dienstleistungen, sondern Vorkenntnisse Sie über die zu spezifischer können Sie



keine Bohrmaschine, **sondern das Loch** nicht über Produkte und über Nutzen und Lösungen. Je mehr akquirierende Zielgruppe haben, desto vorgehen.

Was, wenn das große „Aber“ des Kunden kommt?

Klaus-J. Fink: Gute Frage. Der richtige Umgang mit dem Kundeneinwand ist die Kür im Termingespräch. Hier unterscheidet sich der Amateur vom Profi. Der Eine plaudert unstrukturiert auf den Kunden ein und läuft hemdsärmelig gegen die Widerstände an, der



Andere bestimmt den Verlauf des Gesprächs und umschiff mit rhetorischer Finesse und psychologischem Gespür schwierige Gesprächsklappen. Wer zudem mit einem gewissen Maß an Schlagfertigkeit ausgestattet ist und diese mit einem ausgewogenen Humor kombiniert, der rückt dem Erfolg in greifbare Nähe. Denn das ist das optimale Repertoire für die telefonische Neukundengewinnung.

Haben Sie einen Tipp, wie man ein positives Gesprächsklima herbeiführen kann?

Klaus-J. Fink: Für jeden von uns ist Lob und Anerkennung durch andere Personen ein wesentlicher Aspekt. Deshalb ist es Ziel, die mögliche Skepsis oder sogar Aggression des Angerufenen erst einmal weich abzufedern – ein „Lob“ für den Einwand, der gerade vorgebracht wurde, auszusprechen. Weitere Faktoren für ein positives Gesprächsklima sind entsprechende „Sie-Botschaften“ im Kundendialog und nicht, wie allgemein üblich, „Ich-Botschaften“ durch die sich der Anrufer zu sehr in den Vordergrund stellt.



Und wie bringe ich das Telefongespräch zu einem positiven Abschluss?

Klaus-J. Fink: Einfach „...und Tschüss“ zu sagen reicht logischerweise nicht aus. Auch wenn das Telefonat nicht zu dem von Ihnen gewünschten Abschluss geführt hat, ist es



wichtig, den Dialog positiv zu beenden, um hiermit die Chance zu haben, einen Folgeanruf in absehbarer Zeit zu tätigen. Und wenn Sie ein konkretes Ergebnis (Termin) erreicht haben, empfehle ich, die gemeinsame Absprache nochmals kurz zusammenzufassen. So beugen Sie eventuellen Missverständnissen vor. Der positive Effekt der anschließenden, kurzen und freundlichen Kommunikation erhöht die Verbindlichkeit, die zwischen Ihnen und Ihrem Gesprächspartner entsteht.

Klaus-J. Fink

Der Nr.1-Experte für Telefonmarketing

Buchautor, Herausgeber von Audio- und Videotrainings

Der studierte Jurist sammelte 6 Jahre praktische Erfahrungen mit dem Verkauf von steuerbegünstigten Immobilien und Kapitalanlagen. Seit mittlerweile mehr als 10 Jahren gilt er deutschlandweit anerkannter Erfolgstrainer für Telefonmarketing. In der Finanzdienstleistungs- und Immobilienbranche wird er von vielen als die Nr. 1 in Sachen Telefonmarketing angesehen. Im Jahre 2001 wurde ihm der 'Excellence Award' für hervorragende Trainingsleistungen verliehen. Außerdem ist Herr Fink Gastmitglied im Club 55, einer Vereinigung der besten Verkaufstrainer Europas.



**Im Musfeld 7, 53604 Bad Honnef,
Tel.: 02224/89431, Fax: 02224/89520,
eMail: info@fink-training.de,
Internet: www.fink-training.de**