



Langendorfer Str. 58
56564 Neuwied

Telefon: 02631 8 72 40 02

Mobil: 0177 6 33 45 86

E-Mail: bueroservice.marion.remy@web.de



- Ziel eines Telefonats mit potentiellen Neukunden und auch mit Bestandskunden ist in den allermeisten Fällen eine Terminvereinbarung. Erfahrungsgemäß stellen die Kunden dazu viele Fragen. Ein Mitarbeiter kann darauf verweisen das alle Auskünfte beim Besuch des Außendienstlers erteilt werden. Rufst Du als Vertriebler selbst an kann es vorkommen das Du bereits zu viele Dinge erläuterst und der Kunde den Termin für unnötig hält. Der Mitarbeiter wiederum kann Informationen zum Kunden sammeln welche im Gesprächstermin hilfreich sind.
Wenn machbar solltest Du daher telefonieren „lassen“.
- Lange vernachlässigte Bestandskunden oder Ex-Kunden zu reaktivieren ist oft mühsamer als Kaltakquise.
- *Ein Hinweis zur Durchführung von Mailaktionen:*
Es ist wirtschaftlich sinnvoller vor dem Versand den Empfänger telefonisch zu kontaktieren und die Mail anzukündigen.
Oder zumindest seine Mailadresse zu erfragen, dazu genügt ein Anruf in der

Firmenzentrale.

Denn Mails welche an die allgemeine Firmenadresse gesandt werden erreichen selten die zuständige Abteilung, werden häufig als Werbemail behandelt und landen im virtuellen Papierkorb.

Um gut vorbereitet in das Telefonat einsteigen zu können steht vor dem Gespräch die

Recherche:

bei Geschäftskunden:

Sicher kannst Du in der Telefonzentrale erfragen wer der zuständige Ansprechpartner ist. Und wirst vielleicht durch drei Abteilungen weiter verbunden da sich niemand zuständig fühlt. Doch wenn Du ganz selbstverständlich Herrn oder Frau XY verlangst wirkt es seriöser, denn wenn ein wichtiger Grund für den Anruf vorliegt weißt Du schließlich mit wem Du sprechen willst.

Sätze wie „Wir möchten den Bedarf in Ihrer Firma erfragen“ hört man hierbei übrigens nur von Anfängern.

Die Webseite vieler Firmen enthält – manchmal recht gut versteckte – Durchwahlnummern der Ansprechpartner.

Auch die sozialen Netzwerke eignen sich zur Recherche, in Xing sind viele Ansprechpartner zu finden. Vielleicht stellst Du dabei sogar fest das Du und der potentielle Ansprechpartner gemeinsame Kontakte haben und kannst dies ins Gespräch einfließen lassen.

Durch googlen des Firmennamens und der Berufsbezeichnung findest Du gerade zu Führungskräften interessante Informationen wie beispielsweise Pressemitteilungen oder Berichte zu Fachvorträgen.

bei Privatkunden, in diesem Falle bei Bestandskunden:

Bei vielen dieser Kunden ist die Telefonnummer nicht mehr aktuell. Um Bestandskunden wieder zu finden suche im Wohnort des Kunden nach Einträgen gleichen Namens, mit etwas Glück handelt es sich um Verwandte des Gesuchten und Du erfährst von diesen die neue Telefonnummer.

Ansonsten sende eine Postkarte an Deinen Kunden mit der Bitte um Anruf da Du ihn nicht erreichen konntest. Erfahrungsgemäß melden sich dann viele recht zeitnah, und sei es nur um zu erfahren worum es geht.

Jetzt kann es losgehen mit dem

Telefonat:

Bevor Du Deinen Ansprechpartner erreichst hast Du die Sekretärin oder andere Mitarbeiter an der Strippe. Frage nicht ob „Herr Müller“ zu sprechen ist sondern bitte darum Dich mit „Peter Müller“ zu verbinden. Durch die Nennung des Vornamens hört es sich an als kennst Du Peter Müller schon und es wird einfacher zu ihm durchgestellt zu werden.

Nach der Begrüßung frage Deinen Gesprächspartner bloß nicht ob er mal einige Minuten Zeit hat, diesen und ähnliche Sätze kennt er zur Genüge von all den anderen Anrufern die ihn als Kunden wollen.

Frage stattdessen „Ist es Ihnen recht wenn ich gleich zum Grund meines Anrufes komme?“

Du kannst Dir dazu vorher als Gedankenstütze einen Elevator Pitch überlegen mit welchem Du in knappen Sätzen darlegst worum es geht. Denn wenn Du Deinen potentiellen Kunden mit einem langen Monolog überfällst hat er bereits gedanklich abgeschaltet bevor Du ausgeredet hast.

Sinnvoll ist dabei das Du Dich auf einen Punkt konzentrierst obwohl Du natürlich sehr viel mehr anbieten kannst.

Wenn im Laufe des Gesprächs deutlich wird das der Kunde an einem persönlichen Treffen interessiert ist dann werdet Ihr Euch schnell einig.

Vielfach dient der erste Anruf jedoch „nur“ zur Kontaktaufnahme, der Gesprächspartner möchte erst Infomaterial erhalten oder fährt am nächsten Tag in Urlaub und bittet um einen Anruf danach. Damit hast Du auch schon einen guten Einstieg für das zweite Telefonat, denn Du fragst ihn dann ob er einen schönen Urlaub hatte. Potentielle Kunden reagieren positiv wenn Du Dir solche Kleinigkeiten merkst.

Zwischenschritte nach dem Telefonat:

- Wiedervorlage für den nächsten Anruf notieren
- Von Bestandskunden erhaltene Informationen vermerken um diese beim nächsten Kontakt zu nutzen.

Der Termin beim Kunden fand statt, Dein Produkt hat er gekauft und jetzt geht es an die

Kundennachbetreuung:

Viel zu wenig Verkäufer kümmern sich darum wie der Kunde mit den bei ihnen erworbenen Produkten oder Dienstleistungen umgeht.

Ein Anruf beim Kunden um zu erfragen wie zufrieden er ist bestätigt ihn in seiner Kaufentscheidung. Du kannst damit die Kundenbindung sichern und seine Entscheidung zu Wiederholungs- oder Zusatzkäufen anregen.

Eine Anrufaktion bei Bestandskunden, und sei es nur um kurz zu plaudern, sollte selbstverständlich sein, gerade wenn man mit vielen Kunden über einen längeren Zeitpunkt keinen Kontakt hatte. Kunden mögen es nebenbei bemerkt nicht wenn Du Dich nur bei Ihnen meldest um ein neues Produkt anzubieten.

Das Versenden von Geburtstagskarten – dabei keine Werbeflyer oder Prospekte mitschicken - erhöht zusätzlich die Kundenzufriedenheit.

Ich wünsche viel Erfolg bei allen Telefonaktionen!