

Rufen Sie mich nie wieder an!

Vielen treibt die telefonische Kaltakquise nur den Angstschweiß auf die Stirn, für andere ist sie der reine Horror. Aber für alle Geplagten gilt: Besserung ist in Sicht. Ein Fahrplan.

••• Von Helga Krémer

WIEN. Die Erstsprache eines potenziellen Kunden, zu dem bisher keine Geschäftsbeziehungen bestanden, nennt man gemeinhin Kaltakquise. Kalt, da es im Vorfeld keinerlei Empfehlung jedweder Art durch eine dritten Person gegeben hat. Akquise – Neusprech für Akquisition – stammt vom lateinischen „acquirere“, dazuerwerben, dazugewinnen. Soweit so sperrig und für manchen „hard-core-Verkäufer“ das Salz in der Vertriebsuppe.

Aus Fehlern lernen – die Klassiker
Acht klassische Kardinalsfehler kommen dem 5-Sterne-Redner und Trainer für den professionellen B2B Vertrieb, Tim Taxis, immer wieder unter – so werde oft die *Vorbereitung* vernachlässigt: „Der größte Fehler und die häufigste Ursache für Erfolg, der unter den Möglichkeiten bleibt! Klar, denn: Sie können nur die Asse im Gespräch aus dem Ärmel ziehen, die Sie zuvor hineingelegt haben.“ Ein nicht gewünschtes Ergebnis solle gedanklich nicht vorweggenommen werden, indem sich der Verkäufer mit „Der wird eh nicht kaufen/Wir sind eh zu teuer“ in die falsche Richtung motiviert. „Dem Kunden (unbewusst) zeigen, dass er der x-te heute ist, mit dem wir sprechen. Verkäufer reden zu viel – und noch dazu, bevor sie wissen, was den Kunden wirklich *interessiert*. Der Kunde merkt dann schnell ‚Der will mir nur was aufschwätzen‘ – und wird ablehnen“, erklärt Taxis.



© Tim Taxis (2)

”

Völlig unabhängig von der Branche erreichen meine Kunden Erfolgsquoten in der Kaltakquise von 20–50 Prozent am Telefon.

“

„Wir müssen also den Kunden in den Mittelpunkt stellen, echtes Interesse an ihm und seinen Wünschen haben – und nicht primär an unserem Produkt bzw. unserem Abschluss – und mehr *fragen* statt sagen“, so der Experte.

Des Weiteren finden sich auf dem „Tim-Taxis-no-go-Index“: Sich von den ohnehin kommenden „Neins“ runterziehen zu lassen, keine Reflektion der Gespräche vornehmen, sich auf eingehende Anfragen verlassen – und damit die aktive Neukundengewinnung vernachlässigen sowie herumzuraunen, wie schwierig/anstrengend/unmöglich Verkaufen heutzutage wäre.

Lernen vom Meister persönlich
Wie also an das Problem herangehen? Was steht auf der persön-

lichen „to-do-list“ des Verkaufsprofis? „Die tägliche Frage: Was *erfüllt* mich an meinem Beruf? Was macht mir wirklich Spaß? Was bereitet mir echte Freude? Und dann darauf jeden Tag aufs Neue fokussieren! Wir erleben immer auch Situationen, die uns nicht gefallen. Klar! Das gehört dazu. Aber wir können entscheiden, worauf wir unseren Fokus legen“, erklärt Tim Taxis.

Außerdem reflektiere Bestseller-Autor Taxis regelmäßig über sich, seine Arbeit und sein Tun generell: „Wie kann ich mir meine Arbeit leicht machen? Was mache ich häufig – nur aus dem Grund, weil ich es immer schon so gemacht habe? Was davon kann ich lassen, ändern oder ersetzen durch weniger Aufwand? Wie kann ich durch weniger Arbeit sehr viel erfolgreicher werden? Sich und sein Tun also immer wieder bewusst – und gern! – infrage stellen, das empfehle ich jedem im Vertrieb!“

Tipps für die Praxis

Fehler wurden also mittlerweile erkannt, sind auch ausgemerzt, die Motivation ist schier endlos. Wie aber das Erlernte in den Alltag retten? Noch dazu, ohne aufgesetzt zu wirken? „Bewusstes Entscheiden, was Sie – künftig anders – machen wollen. Bekräftigen Sie diese Entscheidung immer wieder! Reflektieren Sie nach jeder Situation, in der das neue Verhalten – bzw. das alte – auftrat, und entscheiden Sie wieder, wie Sie es beim nächsten Mal machen werden“, rät Vertriebs-Trainer Taxis und empfiehlt: „Setzen Sie sich kleine Erinnerungen, im Skript am Telefon, ein Post-it

Tim Taxis live
Verkaufstagung „For Sale“, Donnerstag, 15.10., 9 bis 16.30 Uhr, Casineum Velden. Anmeldung und Infos unter www.forsale-tagung.at

in die Unterlagen, eine Notiz in die Besuchsvorbereitung. Belohnen Sie sich dafür, dass Sie sich verändert haben!“

Menschen würden *Menschen* mögen und keine Darsteller, schon gar keine Verkäufer-Schauspieler. Auswendig gelernt wirke nichts, was man wirklich von sich aus macht beziehungsweise will. Und falls man doch der Meinung wäre: „Üben Sie! In den leeren Raum hinein, mit einem Kollegen, mit einem Audio- oder Video-Aufnahmegerät.“



Jeder Profisportler übt, trainiert – bevor es in den Wettkampf, die Realsituation, geht. Nur wir im Vertrieb meinen oft, wir bräuchten kein Training mehr. Nichts kann die Arbeit mit einem professionellen Trainer ersetzen. Nicht im Sport, nicht im Vertrieb“, meint Tim Taxis.

Unterschiede und Perfektion

Von Perfektion hält Tim Taxis wenig bis nichts und er rät: „Die Dinge nicht so ernst nehmen; uns selbst übrigens auch nicht, und uns mehr Freude am Tun erlauben! Ich bin der festen Überzeugung, grade auch im Vertrieb: Erfolg ist, wenn es einfach geht.“ Unterschiede gäbe es aus Sicht des B2B-Trainers aufgrund seiner Erfahrung in der Arbeit mit 1.000en Vertrieblern aller Branchen nur einen – und der wäre im Kopf des jeweiligen Vertrieblers. Es sei heute kaum mehr eine Branche zu finden, in der der Kunde nicht schon einen Anbieter/ Partner für das Produkt habe. Das wäre also normal. Zudem schätze kein Angerufener mehr die telefonische Kaltakquise. Auch normal. Trotzdem gelinge es *seinen* Kunden, einfach und überdurchschnittlich erfolgreich zum Ziel zu kommen – weil Tim Taxis sie gelehrt hat, es anders zu machen als alle anderen: „Völlig unabhängig von der Branche erreichen meine Kunden Erfolgsquoten, gerade in der Kaltakquise, von 20-50% am Telefon! Und dann ist es egal, in welchem Umfeld sie akquirieren bzw. was sie anbieten – weil das *Wie* zählt! Wir müssen immer zuerst den Menschen erreichen, bevor wir den Kunden gewinnen können...“