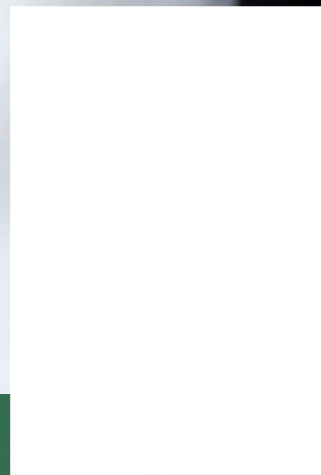


# NETWORK-KARRIERE



# " \$ # ! "



#' &(# & ( & \$(( & 1(( ! ( , & #& (( &O &  
" %% & # \$+' . & # ) " . '% (\*\$!! & . &)" # &\$  
# +\$&! " !, \$)# \$ ' &(& (+ ' " # " ( ' ' # &\$, !  
, - 2& # ' ' & . ! #'( (# ' ' # & / - '( & )(\$& # )# # / -  
!( ' ) \$- & !( )# #-

..

..

..





# So kommen Sie zum Entscheider durch

## Strategien für den Akquise-Erstanruf

**Abgewimmelt ... Zahlreiche Verkäufer scheitern in der Akquise, weil sie erst gar nicht zum Entscheider durchkommen. Dennoch sollten sowohl Telefonzentrale als auch Vorzimmer nicht als Hürden, sondern als Freunde und Helfer in der Akquise gesehen werden. Erfahren Sie im aktuellen Beitrag der Tim Taxis-Akquise-Serie, wie Sie künftig den richtigen Gesprächspartner und die passenden Informationen im Handumdrehen ermitteln und direkt zum Entscheider durchgestellt werden.**

**A**uf die richtige Haltung kommt es an: Bevor Sie mit Ihrer Kaltakquise starten und zum Hörer greifen, beachten Sie bitte immer: 1.) Der Mensch, den Sie im jeweiligen Moment am anderen Ende an der Leitung haben, ist immer (!) Ihr wichtigster Gesprächspartner. Warum? Weil er – egal ob Zentrale, Vorzimmer etc. – darüber entscheidet, ob es für Sie bzw. wie es für Sie weitergeht. 2.) Am anderen Ende ist immer ein Mensch. Bitte behandeln Sie ihn entsprechend! 3.) Machen Sie sich deutlich, auf welche Situation Sie treffen: Der Kunde ist an seinem Arbeitsplatz und in Gedanken natürlich mit allem möglichen beschäftigt – nur sicher mit einem nicht: Ihrem Anruf. Geben Sie ihm daher die Möglichkeit, sich auf Sie einzustellen und im Gespräch anzukommen. Wenn Sie selbst angerufen werden



und den Anrufer nicht klar verstehen, was löst das in Ihnen aus? Sicher kein gutes Gefühl. Daher ist es also wichtig, dass Sie dafür sorgen, klar verstanden zu werden, wenn Sie anrufen!

### Eine klare Begrüßungsstruktur muss sein!

Haben Sie dann jemanden am Apparat, ist es wichtig, einer klaren Begrüßungsstruktur zu folgen: Grußwort – Kundennamen – Verbinder – Ihr Vorname & Nachname – Ihr Firmenname – Pause. Das Grußwort zu Beginn ist nicht nur höflich, sondern hat auch einen großen Vorteil für Sie: Oftmals gibt es Verzögerungen in der Leitung und der Angerufene hört Ihre ersten Silben nicht vollständig. Kommt de facto zum Beispiel nur „Guten Morgen“ durch die Leitung, ergänzt das Unterbewusstsein des Angerufenen das automatisch zu „Guten Morgen“. Es geht also keine Information verloren. Wenn Sie jedoch mit Ihrem Namen oder Firmennamen starten, der dem Angerufenen nicht bekannt ist, kann sein Unterbewusstsein die fehlende Information nicht ergänzen.

Nennen Sie auch immer (!) den Namen der Person am anderen Ende, egal ob an der Zentrale, im Vorzimmer oder im Entscheider-Gespräch! Damit erhalten Sie direkt deren Aufmerksamkeit und nutzen eine wichtige Chance zum Beziehungsaufbau. Sie kennen den Namen des Menschen ja – spätestens durch seine Meldung, die am Arbeitsplatz immer auch seinen Namen enthalten wird. Sollten Sie den Namen einmal nicht verstehen, begrüßen Sie den Kunden ausnahmsweise ohne die Nennung seines Namens. Fahren

Sie dann fort à la „Ihren Namen hab ich nicht genau verstanden, bitte sagen Sie ihn mir noch einmal.“ Oder umgangssprachlich: „Sie sind der Herr ...“ Gerade Menschen, die einen nicht gewöhnlichen Namen haben, sind es gewohnt, diese Frage gestellt zu bekommen. Es ist also völlig in Ordnung für sie, wenn Sie nachfragen.

Nach dem Namen des Kunden empfehle ich Ihnen einen Verbinder wie „Mein Name ist ...“, „Hier ist ...“ oder ähnliches zu verwenden. Damit öffnen Sie das Unterbewusstsein des Angerufenen für die nun folgende Informationseinheit „Namen“ und erleichtern ihm das einfache Verständnis Ihres Namens. Nennen Sie sowohl Ihren Vornamen als auch Nachnamen. Das Gespräch wird dadurch persönlicher. Betonen Sie zum besseren Verständnis die Konsonanten Ihres Namens und machen Sie gegebenenfalls eine kurze Pause zwischen Ihrem Vor- und Nachnamen. Danach nennen Sie Ihren Firmennamen. Sie können die Reihenfolge Ihres Namens und Ihres Firmennamens grundsätzlich tauschen, allerdings klingt das meist holprig. Achten Sie zudem unbedingt auf eine noch deutlichere, langsamere Aussprache als im Rest des Gespräches. Und: Am Ende Ihrer Begrüßung lassen Sie eine Pause!

Und: Am Ende Ihrer Begrüßung lassen Sie eine Pause!

### Laden Sie zum Dialog ein!

In neun von zehn Fällen wird der Kunde Ihren Gruß erwidern. So entsteht bereits ein Dialog innerhalb der ersten fünf Sekunden. Ein erster Austausch zwischen zwei Menschen in der Akquise. Das ist von großem Wert für Sie. Zumal

die meisten Anrufer direkt nach ihrer Begrüßung nahtlos weiter-sprechen – oft sogar ohne Nennung des Kundennamens, wodurch sich im Kunden meist schon der erste Abwehrimpuls breit-macht. Unterschätzen Sie daher auf keinen Fall die Wirkung der Begrüßung. Mit ihr legen Sie bereits den Grundstein für den weiteren Verlauf des Gespräches, weil Sie den Angerufenen damit bereits „programmieren“. Vermeiden Sie Füllwörter: „Ja, Guten Morgen ...“ oder „Ähm, Guten Morgen ...“. Diese interpretiert der Angerufene in den meisten Fällen als für Sie ungünstige Unsicherheit. In manchen Fällen kann es hilfreich sein, wenn Sie nach Ihrem Firmennamen noch Ihren Ort nennen – insbesondere dann, wenn Sie in der eigenen Region anrufen. Das schafft zusätzliche Verbindung.

Landen Sie zunächst in der Zentrale, gibt es zwei grundsätzliche Szenarien: Entweder Sie kennen den Namen Ihres Ansprechpartners oder Sie kennen ihn nicht. Wenn Sie den Namen bereits wissen, sagen Sie ganz einfach: „Guten Morgen, Herr Kunde, mein Name ist Martin Müller von der Firma X.“ Pause. Kunde: „Guten Morgen.“ Sie sagen: „(Herr Kunde), bitte verbinden Sie mich mit Martin Schmidt.“

Sie wissen den Namen nicht? Vielleicht ist es bei Ihnen wie in vielen Branchen: Ihr gewünschter Gesprächspartner ist der Leiter eines Fachbereichs. Dann sagen Sie: „Guten Morgen, Herr Kunde, mein Name ist Martin Müller von der Firma X.“ Pause. Kunde: „Guten Morgen.“ Sie sagen: „(Herr Kunde,) ich habe eine kurze Frage, die Sie mir sicher leicht beantworten können: Wie heißt Ihr Logistikleiter?“

Oder: „Ich brauche bitte mal Ihre Hilfe: Wer ist bei Ihnen der Logistikleiter?“

Fragen Sie bitte nicht „Wer ist zuständig für ...“ oder „Wer ist mein Ansprechpartner, wenn es um ... geht?“ Das sind alte, unglückliche Akquise-Wörter, die heute keiner mehr gerne hört. Zudem kommen Sie damit auch nicht zum Entscheider, sondern eher zu einem Sachbearbeiter – und schlimmstenfalls nur zum Einkauf. Und da wollen Sie (in den allermeisten Fällen) bitte nicht hin!

Falls Sie den Namen noch nicht kennen, ist die Formulierung „Bitte verbinden Sie mich mit Ihrem Logistikleiter“ absolut unglücklich, weil Sie jetzt durchgestellt werden, ohne aber den Namen vorab noch genannt zu bekommen – möglicherweise geht dann aber das Vorzimmer oder ein Kollege und nicht Ihr Ansprechpartner dran.

Je nachdem, wer das Gespräch entgegennimmt, muss Ihr Einstieg natürlich ein anderer sein. Deshalb: Achten Sie darauf, dass Sie mit der oben beschriebenen, optimalen Formulierung zuerst den Namen in Erfahrung bringen, bevor Sie sich weiter verbinden lassen.

### So erhalten Sie Vornamen und Durchwahl des Entscheiders

Wenn in Ihrer Branche der gewünschte Gesprächspartner nicht verlässlich einer gewissen Funktion oder einem Fachbereich zugeordnet werden kann, hilft Ihnen folgende Vorgehensweise: Sie: „(Herr Kunde), ich habe eine kurze Frage, die Sie mir sicher leicht beantworten können: Wer entscheidet in Ihrem Haus über (Ihr Thema)?“ Oder: „Ich brauche bit-

te mal Ihre Hilfe: Wer entscheidet in Ihrem Haus über (Ihr Thema)?“

Die Zentrale hat diese Information nicht oder weiß sie nicht sicher? Dann lassen Sie sich den Namen desjenigen geben, der aufgrund Ihrer Erfahrung am wahrscheinlichsten in Frage kommt. Sie erhalten nun einen Namen, zum Beispiel „Das ist der Herr Schmidt.“ Bringen Sie daraufhin auch den Vornamen in Erfahrung, denn den brauchen Sie nachher unbedingt fürs Vorzimmer. Dafür haben sich zwei Varianten bewährt. Der Klassiker: „Wie heißt Herr Schmidt mit Vornamen?“. Allerdings mag das hier und da wie ein Ausfragen wirken. Deshalb funktioniert folgende Frage sehr viel besser: Sie: „Ah, ist das (der) Markus Schmidt?“

Indem Sie einen x-beliebigen Vornamen sagen, lösen Sie am anderen Ende automatisch den Antwortimpuls mit dem korrekten Namen aus: „Nein, Wolfgang, Wolfgang Schmidt heißt er.“ Jetzt wäre noch gut zu wissen, ob er ein Vorzimmer hat. Fragen Sie: „Hat er denn auch ein Vorzimmer?“ „Wie heißt die Dame?“

Natürlich aber möchten Sie nicht nur den Vornamen des Entscheiders wissen, sondern auch seine Durchwahl haben. Das Wort „Durchwahl“ jedoch löst vielfach einen „Die darf ich Ihnen leider nicht geben“-Impuls aus. Formulieren Sie daher charmanter: „Für den Fall, dass er nicht da ist, wie erreiche ich ihn direkt?“ Oder: „Für den Fall, dass ich aus der Leitung falle, wie erreiche ich ihn noch einmal direkt?“ In der Regel wird Ihnen dann auch die direkte Durchwahl zum Entscheider gegeben.

### Zur Person



Tim Taxis ist der Experte für nachhaltige Geschäftskunden-Akquisition. Er ist Trainer, Speaker, Bestseller-Autor und Dozent an der ESB Business School der Hochschule Reutlingen. Der diplomierte Betriebswirt ist seit vielen Jahren in verschiedenen Vertriebspositionen in der Industrie und im komplexen Dienstleistungsgeschäft tätig. 2007 gründete er sein Unternehmen Tim Taxis Trainings und zählt heute zu den renommiertesten Vertriebstrainern und –Speakern im deutschsprachigen Raum.

Im Dezember 2012 wurde Tim Taxis zum ‚Trainer des Jahres‘ gekürt. Zu seinen Kunden gehören DAX-Konzerne, Mittelständler und internationale Marktführer.

[www.tim-taxis-trainings.de](http://www.tim-taxis-trainings.de)

### Buchtipps



#### Tim Taxis: Heiß auf Kaltakquise – So vervielfachen Sie Ihre Erfolgsquote am Telefon

Am Telefon neue Kunden zu gewinnen ist eine der schwierigsten Aufgaben für jeden Verkäufer. Wie dies dennoch sicher, authentisch und effektiv funktioniert, zeigt Ihnen einer der gefragtesten Verkaufstrainer Deutschlands in seinem Ratgeber aus der Praxis. Erschienen bei Haufe ISBN 978-3-648-01991-7 230 Seiten • 24,80 Euro Portofreie Lieferung über [www.amazon.de](http://www.amazon.de)

Jetzt auch als eBook erhältlich – ebenfalls unter [www.amazon.de](http://www.amazon.de)