

# TeleTalk

KUNDENDIALOG FÜR PROFIS



Fachorgan für  
KVD e.V., CCV e.V.  
und BVDW e.V.

Anzeige

## Das Contact Center als strategischer Partner.

Lesen Sie auf den Seiten 10-11 was für  
Unternehmen heute wichtig wird.

Experience shared.

SITEL

### **Service Excellence**

Status Quo und Strategie

### **Aus- und Weiterbildung**

Blicke in Praxis und Theorie

### **Lärmprävention**

Schutz gegen Anrufer und  
Umgebung



## Erfolgreiche Kaltakquise im B2B

Der telefonische Verkauf scheitert oftmals daran, weil Agents nach „Schema F“ verfahren. Hier ein paar Tipps, wie man es besser machen kann.

**Telefonische Kaltakquise kann im Business-to-Business-Umfeld einfach und erfolgreich sein – und zudem Spaß machen. Dem Anrufer wie dem Angerufenen!**

Nur: Die meisten Menschen im Vertrieb machen am Telefon meist genau das, was dann zu dem führt, was sie am meisten fürchten: Misserfolg und Ablehnung. Indem wir als Call Center-Mitarbeiter mit alten Mustern

nach Schema F ins Gespräch starten, sind wir es meist selbst, die den Widerstand des Angerufenen provozieren. Denn kein Kunde mag Anrufe in der Art: „Guten Tag, Firma XY, Neumann mein Name. Wir sind ein junges aber zugleich führendes Unternehmen im Bereich der...“ oder noch schlimmer „Guten Tag, Firma XY, Neumann mein Name. Haben Sie gerade zehn Minuten Zeit für mich?“

### Den „Klick-Surr“-Effekt vermeiden

Damit Sie nicht von vornherein Ablehnung beim Angerufenen hervorrufen, braucht es nur eines: Sie müssen die alten Gesprächseinstiege durch neue ersetzen. Denn: Nicht nur wir Anrufer haben Muster, die Angerufenen haben ihrerseits Muster: Muster in der Wahrnehmung. Folge: Wenn Sie nach Schema F ins Gespräch starten, denkt der Kunde automatisch „Ach je, wieder einer, der mir was verkaufen will“ – und schon folgt sein „Kein Interesse, keine Zeit, kein Bedarf“.

Dieses Ursache-Wirkungs-Prinzip nenne ich den „Klick-Surr-Effekt“. Was heißt das? Sicher kennen Sie noch die klassischen Kassettenrekorder. Die hatten vorne einige Tasten, und auf einer stand „Play“. Jedes Mal wenn Sie „Play“ gedrückt haben (Klick), lief das eingelegte Kassettenband ab (Surr). Sehr verlässlich... Dieser Effekt wirkt in



genau derselben Weise in der Kalt-Akquise mit den alten Gesprächsmustern nach Schema F. Wenn Sie mit Schema F in Ihre Telefonate starten, drücken Sie unbewusst den Abblock-Knopf (Klick), und direkt läuft die Kassette mit dem Band „Best of Abblocken – Greatest Hits“ ab (Surr).

Diese „Neins“ sind alle sogenannte „Ablehnungs-Neins“, – Ablehnung auf der Beziehungsebene. Der Angerufene hat schlicht keine Lust auf solch ein Gespräch. Dadurch ist das Telefonat meist zu Ende, bevor es überhaupt angefangen hat

### Der „Auf-den-Punkt-Einstieg“ als Türöffner

Wenn Sie sich aber von Ihren bisherigen Verhaltensmustern lösen und neue Wege gehen, drücken Sie den Ablehnungsknopf des Kunden gar nicht erst. Vielmehr wird er sich öffnen und sich mitteilen. So wird die Akquise einfach und angenehm – für Sie als Anrufer und für den Angerufenen! Sie müssen nur das Gegenteil dessen machen, was der Angerufene kennt – und alle anderen Anrufer am Telefon sonst machen.

Die im Folgenden beschriebene Vorgehensweise – der „Auf-den-Punkt-Einstieg“ – öffnet wie ein Generalschlüssel alle Türen. Das Beste daran: Sie werden mit diesem Einstieg nie wieder „Keine Zeit!“ hören. Genau an der Stelle, an der Sie bisher einen Einwand oder gar direkt „Keine Zeit!“ gehört haben, kommen Sie jetzt ins Gespräch. Noch besser: Sie erhalten nicht nur die Zustimmung des Angerufenen zum Gespräch, sondern bekommen obendrein noch eine positive Emotion geschenkt. Glauben Sie nicht? Dann zeige ich es Ihnen direkt am Beispiel:

*Kunde: „Maier.“*

*Sie: „Guten Morgen Herr Maier, mein Name ist Markus Neumann von der Firma XY.“*

*Kunde: „Grüß Sie.“*

*Sie: „(Herr Maier,) Darf ich gleich zum Punkt kommen!?“*

*Kunde: „Ja, gern!“*

Diese Antwort werden Sie immer (!) erhalten: „Ja, gerne.“ oder „Ja, bitte!“ Probieren Sie's einfach aus! Es wird Ihre Motivation für die Kaltakquise enorm steigern. Denn mit diesem „Auf-den-Punkt-Einstieg“ wissen Sie künftig vor jedem Griff zum Telefon, dass Sie Zustimmung zum Gespräch und

sogar noch eine positive Emotion vom Kunden geschenkt bekommen. Überlegen Sie jetzt mal, was das für Sie bzw. Ihre Akquise-Gespräche künftig bedeuten wird ...

### Fragen statt sagen

Auch dieser Gedanke wird Sie motivieren: Angenommen, ein durchschnittlich erfolgreicher Call Center-Mitarbeiter benötige zehn Anrufe, um einen Termin zu bekommen. Dann kann er sich doch auch über das achte „Nein“ freuen! Warum? Weil er jetzt gleich am Ziel ist! Die „Neins“ sind das natürliche Verbindungsstück zum „Ja“. Mit jedem „Nein“ ist man dem nächsten „Ja“ schon wieder einen Schritt näher. Probieren Sie's aus, diese Herangehensweise kann Flügel verleihen!

Haben Sie es dann geschafft und der Gesprächseinstieg war erfolgreich, sollten Sie dafür sorgen, dass der Sog und natürliche Gesprächsfluss während des weiteren Telefonats erhalten bleibt. Hierfür gilt: Fragen statt sagen. Die meisten Call Center-Akquisiteure reden zu viel – und noch dazu nur von sich, Ihrem Angebot und dem Unternehmen, das sie vertreten. Das interessiert den Kunden aber im Grunde nur wenig. Behauptungen schließen den Geist, Fragen öffnen ihn. Mein Tipp: Ersetzen Sie im weiteren Gesprächsverlauf Ihre Sagetechniken durch Fragetechniken! So stellen Sie den Kunden und seine Wünsche in den Mittelpunkt und erwecken nicht den Eindruck, dass Sie „nur etwas verkaufen wollen“. Der Kunde wird das Gespräch mit Ihnen als angenehm empfinden und sich mitteilen.

### Mit dem Richtigen sprechen

Viele Call Center-Mitarbeiter reden nicht nur zu viel, sie reden oftmals auch nicht mit dem Richtigen. Für gewöhnlich sprechen sie mit dem, der ihnen am angenehmsten ist, mit dem, der angefragt hat oder mit dem Einkäufer. Zielführend ist jedoch nur, mit dem Entscheider zu sprechen. Daher sollten Sie auch immer oben einsteigen: Beim Entscheider.

In der Regel ist Ihnen damit die Schleife über das Vorzimmer sicher. Keine andere Station im Akquiseprozess ist allerdings so gefürchtet wie das Vorzimmer. Wer aber hier das Bild vom Vorzimmerdrachen im Kopf hat, wird die Sekretärin genauso behandeln und damit ihr typisches Abwehrverhalten pro-

vozieren. Sekretärinnen sind Menschen! Und sie haben nun mal die Aufgabe, Anrufe zu filtern – aber keineswegs hart abzublocken. Wer also ganz selbstverständlich und entspannt danach fragt, ob beziehungsweise wann der „XY“ im Haus ist, erhält mit großer Wahrscheinlichkeit auch eine ganz normale Auskunft. Fragt die Vorzimmer-Dame dennoch „Worum geht's denn?“, können Sie auf eine Art und Weise vorgehen, die ich die „Eh-klar-Technik“ nenne: Für Sie ist eh



Verkaufstrainer Tim Taxis:

**„Ersetzen Sie Sagetechniken durch Fragetechniken!“**

klar, worum es geht – und das „Eh klar“ sollte auch beim Kunden so rüberkommen. Sprich: Antworten Sie kurz und bündig. Die Person im Vorzimmer ist es gewohnt, dass Akquise-Anrufer jetzt nicht auf den Punkt kommen, sondern langatmig Erklärungen suchen – und sind deshalb genervt. Wenn Sie das Gegenteil machen und sich kurz fassen, überraschen Sie positiv. Beispiel: Telefonat mit dem Vorzimmer:

*VZ: „Schneider.“*

*Sie: „Guten Morgen Frau Schneider, mein Name ist Markus Neumann von der Firma XY, grüß Sie.“*

*VZ: „Guten Morgen.“*

*Sie: „Sagen Sie, Frau Schneider, ist (der) Peter Maier heut' schon im Haus?“*

Diese Struktur mit Vorname und Nachname plus Erweiterung („... heute schon im Haus ...“) löst in vielen Fällen den „Worum geht's denn“-Impuls gar nicht erst aus und Sie werden oftmals direkt durchgestellt. Falls die Fragen dennoch kommt:

*VZ: „Worum geht es denn?“*

*Sie: „Um seine (Beispiel) Logistikprozesse... bitte geben Sie ihn mir kurz, herzlichen Dank.“*

Das klingt einfach – und das ist es auch. Sicher ist: In den allermeisten Fällen werden Sie so mit dem Entscheider verbunden.

Tim Taxis ist der Experte für nachhaltige Geschäftskunden-Akquisition und Dozent an der ESB Business School der Hochschule Reutlingen.