

Kaltakquise im B2B-Geschäft: Mit diesem Leitfaden haben Sie Erfolg



„Hätten Sie zehn Minuten Zeit für mich?“ Warum Sie diese Frage bei der Kaltakquise im B2B nicht stellen sollten, steht in unserem Leitfaden.

© pixelrobot / Fotolia.com

Kaltakquise im B2B fällt vielen schwer. Der Leitfaden von Kaltakquise-Trainer Tim Taxis sorgt dafür, dass Sie nicht abgewimmelt werden.

In über 50 Prozent der Fälle werden Sie mit der Kaltakquise Erfolg haben, wenn Sie sich bei der Gesprächsführung an den folgenden Mustergespräch orientieren, sagt Kaltakquise-Trainer Tim Taxis. Das konkrete Beispiel können Sie für Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt anpassen.

Beachten sollten Sie jedoch den gesetzlichen Rahmen: Grundsätzlich ist Kaltakquise über Anrufe auch im B2B-Geschäft nicht erlaubt. Allerdings formuliert das Gesetz eine Ausnahme: Könnten Geschäftskunden „mutmaßlich“ an Ihrem Angebot interessiert sein, dürfen Sie sie kontaktieren telefonisch. Alles über die rechtlichen Grundlagen der Kaltakquise lesen Sie in dem Artikel: [Kaltakquise: Was ist verboten, was erlaubt?](#)

Leitfaden für ein Gespräch zwischen einem IT-Dienstleister und der Sekretärin des Geschäftsführers eines mittelständischen Unternehmens:

Das sagt der Anrufer / die Sekretärin:	Besser als:	Wirkt, denn:
„Sabine Kastner“, „Guten Morgen, Frau Kastner. Mein Name ist Eric Schmidt von der Firma Schmidt IT (Pause), guten Morgen.“ „Guten Tag.“	„Mein Name ist Schmidt von Schmidt IT. Wir sind der führende Anbieter für ...“	Die Grüßwiederholung plus Pause nach der Begrüßung gibt der Sekretärin die Gelegenheit, den Gruß zu erwidern. Damit verhindern Sie, dass ein Wortschwall Widerstand im Vorzimmer auslöst, weil es ein Verkaufsgespräch ankündigt, bei dem einer den anderen zu irgendetwas überreden will. Über die Pause vermittelt man dagegen, dass ein ganz normales Gespräch von Mensch zu Mensch beginnt.
„Grüß Sie. Sagen Sie, Frau Kastner, ist der Werner Richter heute schon im Haus?“ „Ja, ist er.“ „Dann verbinden Sie mich bitte mit ihm. Dankeschön.“	„Ich würde dieses Angebot Herrn Richter gern einmal vorstellen.“	Den Vornamen und Nachnamen zu nennen und mit dieser Frage zu verbinden, vermittelt eine Vertraulichkeit und sorgt häufig dafür, dass die Sekretärin gar nicht mehr fragt, worum es denn eigentlich geht. In erstaunlich vielen Fällen genügen diese wenigen Sekunden Gespräch, um durchgeführt zu werden.
Falls Sie nicht gleich durchgestellt werden: „Worum geht's denn?“ „Um seine IT-Infrastruktur, speziell die Verbesserung seiner System-Availability, dazu brauche ich seine Entscheidung als IT-Chef. Bitte verbinden Sie mich mit ihm. Danke schön.“		Die Sekretärin möchte bündig wissen, was Sie vom Chef wollen. Die Mehrheit gibt ihr darauf allerdings keine Antwort, sondern redet mit vielen Worten um den heißen Brei herum – was nervt und eine ablehnende Haltung provoziert. Indem man im Gegenteil dazu schnell auf den Punkt kommt und die Gesprächsführung mit einer abschließenden Bitte behält, überrascht man positiv – und wird in den allermeisten Fällen durchgestellt.

Leitfaden für ein Gespräch zwischen einem IT-Dienstleister und dem Geschäftsführer eines mittelständischen Unternehmens:

Das sagt der Anrufer / der Angerufene:	Besser als:	Wirkt, denn:
Guten Morgen Herr Richter, mein Name ist Eric Schmidt von der Firma Schmidt IT (Pause), guten Morgen. Guten Tag, Herr Schmidt.	„Mein Name ist Schmidt von Schmidt IT. Wir sind der führende Anbieter für ...“	Es ist der selbstverständliche Einstieg in ein Gespräch zwischen zwei Menschen: Man lässt dem Angerufenen die Möglichkeit, die Begrüßung zu erwidern – was jeder automatisch tun wird. Ein positiver Einstieg, der Normalität vermittelt – und nicht den Eindruck, von einer Drückerkolonne beschwatz zu werden.
„Herr Richter, darf ich gleich zum Punkt kommen?“ „Ja sicher, gern.“	„Hätten Sie zehn Minuten Zeit für mich?“, „Kennen Sie uns schon?“	Im Gegensatz zu den üblichen „Hätten Sie ...“-Einstiegen, die alle ein „Nein“ ermöglichen, werden bei der Auf-den-Punkt-Frage so gut wie alle mit einem „Ja“ antworten wird – Jeder ist dankbar, wenn er vermittelt bekommt, dass kein unabsehbar langes Gespräch folgen wird. Die Formulierung vermeidet den Demuts-Konjunktiv – und stellt den Anrufer auf Augenhöhe mit dem Angerufenen. Das ausgelöste „Ja“ als Antwort sorgt für eine positive Grundstimmung.
„Wir möchten ihr zusätzlicher strategischer IT-Partner werden, aber nur, wenn das für Sie auch wirklich Sinn macht. Dazu habe ich eine kurze Frage, ist das für Sie ok?“ „Ja, wenn sie wirklich kurz ist.“	„Ich habe ein tolles Angebot für Sie, das sehr interessant für Sie sein könnte.“	Alle Fragen, die angerufene Entscheider unbewusst stellen, werden beantwortet – man macht deutlich, dass sich der In Anrufer in der Welt des Kunden befindet – und es ihm um dessen Wohl geht. Dem Kunde wird vermittelt, selbst entscheiden zu können – und nicht, etwas kaufen zu müssen.

<p>„Wenn es eine Sache im Bereich Ihrer IT-Infrastruktur gibt, die nicht immer so läuft, wie Sie sich das als IT-Leiter wünschen, welche eine Sache ist das?“ <i>„Die Availability ist mir manchmal nicht stabil genug.“</i></p>	<p>„Ich würde Sie gern davon überzeugen, dass wir im Preis und in der Leistung besser als unsere Konkurrenten sind.“</p>	<p>Mit einer solchen Frage zeigt ein Anrufer echtes Interesse am Kunden. Wieder ist er in der Welt des Kunden – nicht in seiner. Der Kunde behält das Gefühl der Kontrolle, indem die offene Frage ihm Gelegenheit gibt, zu sprechen. Der weiter vermiedene Konjunktiv hält das Gespräch auf Augenhöhe. Statt mit einer Flut vermeintlicher Vorteile des eigenen Angebots einen Blockade-Reflex beim Kunden auszulösen, hält die Frage ein normales Gespräch in Gang. Man braucht nicht schlagfertig sein – konzentriertes Zuhören genügt, um es fortzuführen. Getreu dem Motto: „Argumente schließen den Geist, Fragen öffnen ihn“.</p>
<p>„Wie müsste denn die Availability, sagen wir im Bereich der Handelssysteme, bei Ihnen aussehen, damit es optimal passt? Was meinen Sie?“ <i>„Sie müsste mindestens eine Verfügbarkeitsklasse 4 erreichen.“</i></p>	<p>„Wir würden uns freuen, wenn Sie unser Angebot einmal prüfen würden.“</p>	<p>Die Frage nimmt die Formulierung des Kunden auf und vertieft den Aspekt.</p>
<p>„Wunderbar, dann macht ein gemeinsames Gespräch auf alle Fälle Sinn. Wie sie die gesteigerte Availability im Bereich der Handelssysteme auf die Verfügbarkeitsklasse 4 lösen, zeige ich Ihnen in der nächsten Woche. Machen Sie sich ein Bild – wann passt es Ihnen denn optimal?“ <i>„Dienstagmittag wäre gut.“</i></p>	<p>„Gerne sende ich Ihnen unser Angebot einmal per Mail zu – oder komme gleich bei Ihnen direkt vorbei ...“</p>	<p>Indem der Anrufer die Worte des Kunden genau wiederholt und damit zum Abschluss des Gesprächs überleitet, bleibt er eng bei ihm und spiegelt das Interesse des Kunden. Ein Termin wird sehr sicher klappen – niemand erhebt Einwände gegen seine gerade ausgesprochenen Formulierungen.</p>