

Die 6 größten Fehler beim Telefonat mit potenziellen Kunden



„Ehe Sie einen Satz gesprochen haben, stellt sich der Angerufene unbewusst schon fünf Fragen“, sagt Verkaufstrainer Tim Taxis. Sein Gegenüber zu bedrängen ist einer der größten Fehler bei der Akquise.
© spacejunkie / photocase.com

**Ob Akquise Erfolg hat, entscheiden nicht zuletzt: Sie selbst!
Welche sechs Fehler Ihnen am Telefon besser nicht unterlaufen sollten – und wie Sie es besser machen können.**

Fehler 1: Schlecht vorbereitet sein

Akquise lässt sich nicht ohne Strategie und Konzept, zwischen Pausenkaffee und Feierabend erledigen. „Verkaufen braucht Vorbereitung“, sagt Sascha Bartnitzki. Am besten, empfiehlt er, solle man sich bereits im Voraus schlagfertige Antworten auf Signalphrasen zurechtlegen, die Widerstände beim anderen anzeigen.

Fehler 2: Nicht auf Augenhöhe reden

Viele Verkäufer treten bei der **Telefonakquise** überlegen auf – oder aber als Bittsteller, die vor lauter Nervosität mit Füllwörtern und unnatürlicher Sprache sprechen. „Beides provoziert beim anderen Widerstände“, sagt Verkaufstrainer Tim Taxis.

Stattdessen, empfiehlt Taxis, solle man besser einfache Sätze zu formulieren und mit souveräner Freundlichkeit in der Stimme mit dem potenziellen Kunden zu sprechen.

Fehler 3: Geschlossene Fragen stellen

„Hat Ihnen mein Angebot denn gefallen?“ als erste Frage bei der Akquise? Bloß nicht, sagt Verkaufsexperte Sascha Bartnitzki. „Wenn Sie darauf ein Nein bekommen, ist das Gespräch zu Ende.“ Besser: Nach der Begrüßung möglichst offene strategische Fragen stellen – etwa: „Wie hat mein Angebot Sie angesprochen?“

Fehler 4: Zu viel reden

Wer etwas verkaufen will, neigt dazu, das eigene Produkt oder die eigene Dienstleistung in epischer Breite anzupreisen. Ein Fehler: Der potenzielle Kunde verliert schnell das Interesse, fühlt sich zugeschwallt und reagiert mit Ablehnung. „Wer als Anbieter mehr als 20 Prozent Redeanteil hat, bedrängt sein Gegenüber. Potenzielle Kunden wollen die Kontrolle behalten, selbst entscheiden und sich nichts aufschwätzen lassen“, sagt Tim Taxis.

Gute Verkäufer sollten bei der Akquise daher lieber weniger reden – und besser zuhören. „Man muss konzentriert zuhören können, um die Botschaften des potenziellen Kunden zu verstehen“, sagt Sascha Bartnitzki.

Fehler 5: Zu schnell vorpreschen

Wer sein Gegenüber schon im ersten Gespräch zum Kauf überreden will, scheitert meist – weil sich der potenzielle Kunde bedrängt und überfahren fühlt. „Ehe Sie einen Satz gesprochen haben, stellt sich der Angerufene unbewusst schon fünf Fragen“, sagt Tim Taxis. „Nämlich: Wer ist das? Wie lange dauert das Gespräch? Was will er? Handelt er in meinem Interesse? Was bringt es mir?“ Daher plädiert er dafür, das eigene Angebot erst einmal komplett in den Hintergrund zu stellen.

Besser funktioniert die Salomitaktik: Stückchen für Stückchen näher ran an den potenziellen Kunden. Mit jedem Wiedersehen oder -hören kennt und vertraut man sich ein bisschen mehr – die beste Voraussetzung für einen erfolgreichen Abschluss.

Fehler 6: Zu schnell aufgeben

Mit Killer-Sätzen wie „Ich habe gerade keine Zeit“, „Ich habe es mir anders überlegt“, „Ich warte noch auf andere Angebote“ oder „Ihr Angebot ist mir zu teuer“ versuchen potenzielle Kunden, Verkäufer abzuwimmeln. „Ich erlebe immer wieder, dass vermeintliche Verkäufer dann sagen: ‚Ach ja. Gut. Dann rufen Sie mich doch an, wenn sich etwas ändert‘“, sagt Sascha Bartnitzki. „Das wird aber nie passieren.“

In solchen Situationen die bessere Alternative: Fragen stellen – etwa: „Nach welchen Gesichtspunkten haben Sie das Angebot analysiert?“ oder „Was im Einzelnen an meinem Angebot hat Ihnen denn zugesagt?“ Mithilfe solcher Fragen, die Verstärkerworte wie zum Beispiel „speziell“, „besonders“, „im Einzelnen“, „genau“ beinhalten, drehen Sie bei der Akquise den Spieß um: Der Kunde muss seine Analyse genauer rechtfertigen – nicht Sie Ihr Angebot. Und schon entsteht ein Verkaufsgespräch im Dialog. „Ihr Ziel muss sein, nicht ohne Auftrag oder Folgetermin aus dem Gespräch zu gehen“, sagt Sascha Bartnitzki.

Quelle: impulse
Copyright: impulse