

Telefonieren wie ein Verkaufsprofi

Teilnehmerstruktur: Verkaufsorientierte Mitarbeiter mit ersten Verkaufserfahrungen

Wenn Sie als Unternehmen möchten, dass Ihr Kunde spätestens beim dritten Klingelzeichen Ihre Frau freundlich antrifft, sollten Sie sich für dieses Seminar interessieren. Wenn Sie die Endlosschleife zum „Abwimmeln“ von Kunden bevorzugen, brauchen Sie sich nicht für dieses Seminar zu interessieren.

Sicher kennen Sie das auch aus Ihrer täglichen Praxis: Es ist ärgerlich, wenn ein erboster Kunde anruft und sich über irgendetwas aufregt, was schief gelaufen ist. So was kann einem der ganze Tag verderben, nicht wahr? Vor solchen Anrufern kann sich Ihr Stromversorger oder Ihre Telefongesellschaft mit einer Endlosschleife schützen, aber nicht der Handwerksbetrieb oder der Industrie- oder Handelsbetrieb. Wer die Theorie des erfolgreichen Umgangs mit reklamierenden Kunden kennt, geht auch anders damit um, weiß der Verkaufstrainer Ewald W. Schneider zu berichten. Schneider behauptet: Eine gut bearbeitete Reklamation ist eine Chance zum nächsten Auftrag. Profis wissen, dass es besser ist, dem Kunden die Chance zu geben „seinem Ärger freien Lauf lassen“. Gut zuhören zu können ist dabei eine fundamentale Erkenntnis, weiß Schneider aus seiner langjährigen Praxis zu berichten. Die Endlosschleifen der Großunternehmen

machen sich diese Erkenntnis zunutze. Denen ist es auch relativ egal, ob der anrufende Kunde (noch) saurer wird, solange der Mitbewerber die gleiche Endlosschleife anbietet. Wenn der Kunde dann den Anbieter wechseln will, hat er meistens keine Wahl: er muss sich einfach erneut das Gedudel anhören – ob er will oder nicht.

Für jeden Dienstleister liegen enorme Chancen darin, am Telefon Menschen sitzen zu haben, die wissen, wie man rhetorisch mit genervten Kunden umgehen muss. Neben dem „guten Zuhören“, ist es auch von Bedeutung Verständnis für den Ärger des Kunden zu haben. In diesem Seminar wird der Trainer mit den Teilnehmern solche alltäglichen Telefonsituationen in vielen Rollenspielen üben und auch die erforderlichen theoretischen Strategien gemeinsam erarbeiten. Aber nicht nur das passive und richtige Reagieren auf Kundeneinwände (eine Reklamation ist eine heftigere Form des Einwandes) wird in diesem Seminar trainiert. Auch das aktive Verkaufen am Telefon wird in praktischen Übungseinheiten trainiert. Bekanntlich ist es eine echte Herausforderung für Mitarbeiter am Telefon mit dem permanenten „Nein danke“ der Kunden umzugehen. Die Mitarbeiter von Call-Centern wissen davon ein Lied zu singen und entsprechend kurz ist deren Verweildauer im Job. Aber „aktives“ Telefonieren sollte nun einmal Teil einer Gesamtstrategie des Verkaufens sein. „Aktives“ telefonisches Verkaufen stellt nicht nur eine flankierende Maßnahme dar, sondern ist auch preiswert zu haben. Es

entfallen die teureren Fahrtzeiten von Kunde zu Kunde. Wenn ein guter Außendienstmitarbeiter max. vier bis acht Termine täglich machen kann, kann ein Telefonverkäufer in der gleichen Zeit eine vielfache Anzahl von Kundenkontakten pflegen oder aufbauen. Der Trainer Ewald W. Schneider rät weiterhin: Geben Sie Ihrem Gesprächspartner, der bei Ihnen anruft ein klares Bild von sich. Dazu gehören:

- Die Vermeidung von weit-schweifigen Vorreden. Machen Sie genügend Sprachpausen, damit Ihr Gesprächspartner Sie wirklich versteht und auch bei Bedarf mitschreiben kann.
- Erfragen Sie den Namen des Anrufers exakt, damit sie den Namen angemessen oft während des Dialogs nennen können. Profis wissen: regelmäßige Namensnennung am Telefon macht sympathisch.
- Lächeln Sie am Telefon - am besten in einen Spiegel. Der Anrufer kann es hören und fühlen.
- Wenn Sie am Telefon rauchen, essen, trinken oder den Telefonhörer als „erster hinschmeißen“ zeigen Sie hierdurch Ihr fehlendes Interesse an Ihrem Kunden.

Schneider weiß auch zu berichten, wie grausam konfliktauslösenden Formulierungen mancher Zeitgenossen am Telefon sein können. Beispiele:

- „ ... dann stelle ich mal durch ...“ Besser: „ ...danke schön für Ihren Anruf, Herr Lieblingskunde, dieses Projekt bearbeitet Frau Gabriele Freundlich bei



Ewald W. Schneider,
Seminartrainer und Berater

uns. Ich verbinde Sie jetzt mit Frau Freundlich!“

- „ ... Wie war der Name noch mal?... “ Was soll Ihr armer Kunde darauf sagen? Er lebt ja noch!

Es ist gängige Meinung, dass Kunden den Dienstleister wechseln, auf der Suche nach dem „günstigsten“ Angebot. Das hält einer genaueren Analyse jedoch nicht stand. Kunden entscheiden sich laut Schneider aus ganz anderen Motiven für einen Mitbewerber. Da kann eine wohlthuende Stimme am Telefon schon kleine Wunder bewirken. Aus Erfahrung von Ewald W. Schneider suchen sich Kunden neue Geschäftspartner, weil sie sich emotional nicht angesprochen fühlen. Wenn man dagegen was machen will, müssen sich die „Betroffenen“ damit beschäftigen, wie solche Kundenentscheidungen zustande kommen, meint Schneider. Er geht in dem Semi-

nar unter Einsatz von praxisnahen Rollenspielen dieser spannenden Frage intensiv nach. Bei vielen Menschen in technischen Berufen, bestimmt oft die Rationalität das tägliche Handeln, führt Schneider weiter aus. Das Seminar will eine Sensibilität bei den Teilnehmern schaffen, warum professionelles Telefonieren Einfluss auf die Entscheidungen des Kunden hat. Das Seminar will die Sinne der Teilnehmer dafür schärfen, wie ein gut geführtes Telefonat seinen Beitrag zu einer Kundenbindung leisten kann. In dem zweitägigen Seminar wird viel Zeit in praxisnahe Rollenspiele investiert. Gemeinsam mit dem Trainer analysiert die Gruppe den Verlauf des jeweiligen Rollenspiels. Dem analysierten Teilnehmer wird ein Feedback vom Trainer und von der Gruppe gegeben. Jeder bekommt einen Spiegel seines gezeigten Telefonverhaltens vorgehalten. Beobachtende Teilnehmer entwickeln schnell ein Gefühl für die strategischen Fehler, die ein Seminarteilnehmer gemacht hat, so Schneider

Warum sollten speziell am Telefon viele W-Fragen gestellt werden und warum sollte die Sprechzeit für den Telefon(-verkäufer) niemals mehr als 30% sein? Die-

Online buchbare Seminare:

- Als Handwerksbetrieb Stammkunden binden
- Die 7 x Kontaktphilosophie
- Die Macht der W-Frage
- Erfolgreich verhandeln wie die Verkaufsprofis
- Handwerker und andere gewerbliche Fachkräfte zu Verkäufern
- Laut kommen – Leise gehen – Spuren hinterlassen
- Telefonieren wie ein Verkaufsprofi
- Welche Chancen hat mein Handwerksunternehmen durch Mitarbeiter mit Migrationshintergrund?
- Wer fragt, der führt
- Neu: Verhandeln mit schwierigen Verhandlungspartnern

Online buchbare Beratung:

- Nachfolgeregelung

Online buchbare Softwareentwicklung:

- Internet Handwerker

sen und vielen anderen Fragen wird in dem Seminar mit praxisnahen Rollenspielen auf den Grund gegangen. Profis wissen laut Schneider: Alles Gute fängt mit dem Aufbau eines Sympathiefeldes an. Und am Telefon ist der Aufbau eines Sympathiefeldes leider um ein Vielfaches schwieriger als im face-to-face Gesprächskontakt vor Ort beim Kunden. Leider kann man am Telefon nicht alle seine Sinne einsetzen und nicht die Körpersprache des Kunden deuten (die Kör-

persprache gibt dem Profi oft erst ein eindeutiges Gesamtbild). Der Telefonverkäufer ist allein auf die richtige Deutung der verbalen Kommunikation angewiesen. Da ist es laut Schneider schon sehr sinnvoll, wenig zu reden und viel zu fragen. Generell gilt im Verkauf: „Wer fragt, der führt“. Diese Erkenntnis ist für den Erfolg eines telefonischen Verkaufsgesprächs fundamental. Die Seminarteilnehmer werden unter anderem mit Schneider darüber diskutieren, wie man als Ge-

sprächspartner nachhaltig und positiv im Gedächtnis des Kunden verankert werden kann und welche cleveren Strategien es dafür gibt. Der Charme des „Seminars mit Rollenspielen“ ist der, dass den Teilnehmern oft recht schonungslos vor Augen geführt wird, was sie in Telefongesprächen alles falsch machen können. Die Aufgabe des Trainers ist es, mit den Teilnehmern praktikable Wege zu finden, die in der späteren Praxis auch umgesetzt werden können. Die Arbeitsergebnisse werden in einem digitalen Simultanprotokoll erfasst und dem Auftraggeber und dem Seminarteilnehmer zur Verfügung gestellt“, so Ewald W. Schneider.

Fazit: Im Unterbewusstsein wussten Ihre Mitarbeiter immer schon, wie sie telefonieren sollten. Leider konnten Sie es im Alltagsstress nicht bewusst umsetzen. Gut geführte Unternehmen investieren deshalb regelmäßig in ein gutes Telefontraining.

Ewald W. Schneider
Seminare und more bequem online buchen
www.ewald-w-schneider.de/seminare-and-more.html
www.internet-handwerker.de

BIS UltraProtect® 1000

Montagesystem mit erhöhtem Korrosionsschutz zur Anwendung im Innen- und Außenbereich

Korrosionsschutzklasse **C1 - C4**
ISO 12944-2

Außenbereich
20 Jahre
Garantie

Salzprühtest
1.000 Std.
ISO 9227

walraven
BIS – Better Installation Systems

BIS UltraProtect® 1000
QR-Code zur Broschüre

walraven.com