

Telefonleitfaden

„Erfolgreich geschäftlich telefonieren“



Leitfaden zur Benutzung des Leitfadens

Bitte lesen Sie diesen Telefon-Leitfaden mehrmals durch. Sie sollten vor dem ersten Gespräch den Ablauf fast auswendig kennen. Dieser Leitfaden dient Ihnen als Erinnerungsstütze und als Grundlage für erfolgreiche Telefonate.

Achten Sie darauf, dass Sie den Gesprächsverlauf leiten, und dass Sie nicht den Faden verlieren. Sie sparen viel Zeit damit, wenn Sie sich bei den Gesprächen nicht ablenken lassen, sondern das Ziel stets im Auge behalten. Dabei unterstützt Sie dieser Telefonleitfaden. In diesem Leitfaden erfahren Sie, wie Sie sich auf das Gespräch vorbereiten, wie Sie den Einstieg und den Gesprächsverlauf bis zum Schluss gestalten. Von der Einstimmung bis zur professionellen Verabschiedung lesen Sie alles, was Sie für erfolgreiches telefonieren wissen müssen.

Eine gute Vorbereitung ist der erste Schritt zum Ziel

Das Konzept und die Argumentation für Ihr Angebot sollten Sie schon vor dem ersten Telefonat verinnerlicht haben. Wenn Sie von Ihrem Angebot überzeugt sind, werden Sie es auch schaffen, andere zu überzeugen. Nicht jeden, aber viele.

So machen Sie es besser

Geht Ihnen das auch so: Ich erkenne einen Callcenter-Anruf in der Regel schon daran, wie sich der Anrufer meldet: automatisiert wie eine Sprechmaschine, übertrieben freundlich und anbiedernd, als hätten wir schon eine jahrelange persönliche Beziehung. Sie können das besser! Lesen Sie möglichst nicht ab. Achten Sie darauf, dass Sie lebendig und freundlich interessiert sprechen. Leiern Sie Ihre Texte nicht herunter.

Seien Sie aufmerksam und motiviert. Einfühlsam gehen Sie auf Ihren Gesprächspartner ein. Stellen Sie sich einfach vor, Sie würden einem guten Freund Ihr Konzept erklären. Formulieren Sie korrekt, aber reden Sie nicht so, wie man schreibt. Keine geschraubten oder verstaubten Formulierungen, keine ellenlangen Sätze. Aber auch nicht zu locker oder etwa distanzlos.

Sprechen Sie immer deutlich, in einem angemessenen Sprechtempo. Und wenn Sie in hundert Gesprächen hundertmal denselben Satz sagen: Für Ihren Gesprächspartner ist das eine neue Information, die Sie ihm auch entsprechend präsentieren sollten.

Denken Sie immer aus Sicht Ihres Gesprächspartners. Versetzen Sie sich in seine Lage. Möglicherweise ist er in Eile oder gestresst, wenn Sie anrufen. Wenn Sie das spüren oder er es erwähnt, erklären Sie nur kurz Ihr Anliegen und vereinbaren Sie einen anderen Telefontermin. Halten Sie sich an diesen Termin. Damit beweisen Sie Zuverlässigkeit.

Sprechen Sie den Angerufenen im Verlauf des Telefonats an passender Stelle mit seinem oder ihrem Namen an. Es ist belegt, dass jeder Mensch von allen Wörtern, die es gibt, am liebsten seinen eigenen Namen hört. Aber auch hier gilt: Übertreiben Sie es nicht.

Wie lange sollte ein Gespräch dauern?

Ihre Vorstellung und die Einleitung dauern 30 – 40 Sekunden. Nach drei Minuten lässt die Aufmerksamkeit bei den meisten Zuhörern deutlich nach. Das heißt, dass Sie innerhalb von ungefähr drei Minuten die wichtigsten Argumente erwähnt haben sollten. Testen Sie vorher, wie lange Sie dafür brauchen.

Die Zeitangaben sind Richtwerte, die für ein durchschnittliches Gespräch gelten. Bei einer Ablehnung geht es natürlich schneller. Ist der Angerufene dagegen interessiert, dann möchte er gern mehr Argumente hören. Auch hier gilt: Achten Sie auf die Signale.

Das sollten Sie aufschreiben

Notieren Sie sich Einwände und Bedenken Ihrer Gesprächspartner. Sie werden feststellen, dass sich die meisten Einwände gleichen. Da lohnt es sich für Sie, wenn Sie diese Einwände aufschreiben und sich passende Argumente einfallen lassen, um diese Einwände zu

entkräften. Wenn Ihnen nichts einfällt, fragen Sie Ihren Vorgesetzten oder besprechen Sie das mit dem Auftraggeber Ihrer Anrufe.

Natürlich schreiben Sie sich auch auf, wenn der Angerufene ein persönliches Gespräch oder weitere Informationen wünscht. Und notieren Sie es, wenn Sie der Meinung sind, dass sich ein Nachhaken zu einem späteren Zeitpunkt lohnen könnte.

Geht nicht gibt's nicht

Jeden falls nicht, wenn Sie professionell telefonieren wollen. Können Sie Fragen des Angerufenen nicht beantworten, dann sagen Sie nicht „Das weiß ich nicht.“

Formulieren Sie stets positiv und serviceorientiert: „Ich werde das nach unserem Gespräch für Sie klären und rufe Sie dann wieder an, Herr/Frau... / schicke Ihnen eine Mail.“ Das ist die bessere Antwort.

Denken Sie daran, nach der Mailanschrift zu fragen, wenn der Angerufene die Information per Mail zugeschickt haben möchte. Kommen Sie dann wieder auf Ihr Gesprächskonzept zurück.

Wenn Sie etwas notieren, sagen Sie: „Einen Moment bitte Herr/Frau..., ich notiere mir das“ Dann entgehen Ihnen während des Schreibens keine wichtigen Informationen und Sie haben weiterhin den Faden in der Hand.

So gehen Sie mit negativen Erfahrungen um

Ganz einfach: mit einer positiven Einstellung zu Ihrer Arbeit und mit gefestigtem Selbstbewusstsein.

Sie können nicht wissen, warum Ihr Gesprächspartner negativ reagiert hat. Der Kontakt mit Ihnen dauerte nur ein paar Sekunden oder Minuten. Da können Sie kaum der Grund für seine Ablehnung sein, wenn Sie Ihrerseits freundlich waren.

Atmen Sie durch, machen Sie eine kleine Pause, tauschen Sie sich bei Gelegenheit mit Kollegen aus. Dann erledigen Sie routiniert und professionell das kommende Gespräch. Der nächste Angerufene hat einen Anspruch auf Ihre freundliche Zuwendung.

Einstimmung auf das Gespräch

Gehen Sie positiv an Ihre Aufgabe heran. Nehmen Sie negative Erfahrungen nicht persönlich. Erledigen Sie alle Dinge, die Sie ablenken könnten vorher. Essen, trinken, rauchen, Kaugummi kauen: so etwas bitte niemals am Telefon!

Vor sich haben Sie eine Liste mit den Telefonnummern der Firmen oder Personen, die Sie anrufen möchten. Außerdem brauchen Sie etwas, um sich Notizen zu machen. Entweder Stift und Papier oder Sie geben die Notizen direkt in den PC ein. Im besten Fall kennen Sie den Namen des Ansprechpartners und seine Durchwahl. Wenn nicht, dann ist Ihre erste Aufgabe genau das heraus zu finden.

Richten Sie sich gerade auf, dann klingt Ihre Stimme offen und sicher. Lächeln Sie – auch das spürt Ihr Gesprächspartner. Begeben Sie sich zuversichtlich und optimistisch in das Gespräch. Denken Sie an das Ziel Ihres Gespräches und führen Sie das Telefonat auf dieses Ziel gerichtet.

So melden Sie sich

a. wenn Sie direkt beim Ansprechpartner ankommen:

„Guten Tag, Herr/Frau... mein Name ist ...“

Durch die Nennung Ihres Vornamens öffnen Sie sich Ihrem Gesprächspartner. Er hatte Zeit, sich auf Ihre Stimme und Aussprache einzustellen und hört dann Ihren Nachnamen. Die Wahrscheinlichkeit, dass Ihr Name verstanden und gemerkt wird, ist so sehr groß. Das ist die erste Serviceleistung für den Kunden und die erste Maßnahme, um Vertrauen zu schaffen.

b. wenn Sie in der Zentrale ankommen:

„Guten Tag, mein Name ist Ina Meierhoff. Verbinden Sie mich bitte mit Herrn/Frau...“

Werden Sie nach dem Grund Ihres Anrufes gefragt, schildern Sie kurz Ihr Anliegen. Ausreden wie es sei privat, werden schnell entlarvt. Ist der gewünschte Gesprächspartner nicht erreichbar, fragen Sie nach seiner Durchwahl und wann Sie ihn/sie am besten erreichen.

So geht es weiter, wenn Sie Ihren Ansprechpartner begrüßt haben

Erläutern Sie innerhalb von ungefähr 30 Sekunden den Grund Ihres Anrufes. Stellen Sie Ihr Anliegen vor. Wählen Sie dafür eine einfache, klare Sprache. Formulieren Sie nicht zu gestelzt, sprechen Sie stets eine natürliche und freundliche Sprache.

Notieren Sie sich als Gedankenstütze hier drei kurze Texte für einen guten Einstieg in das Gespräch. Sie können die Alternativen auch untereinander variieren.

Probieren Sie einfach, welche Variante am besten zu Ihnen passt und welche den meisten Erfolg hat.

Text 1:

Text 2:

Text 3:

Wenn der Gesprächspartner Ihr Anliegen ablehnt, fragen Sie ruhig nach den Gründen. Wenn er sich darauf einlässt Ihnen die Gründe zu erläutern, können Sie seine Argumente eventuell widerlegen.

Aber: Hier ist Fingerspitzengefühl gefragt. Geben Sie nicht zu schnell auf, aber seien Sie auch nicht zu aufdringlich. Das kostet nur Ihre Zeit und die des Angerufenen.

Sie können im Falle einer Ablehnung auch anbieten, in einem oder zwei Monaten erneut anzurufen oder Informationsmaterial zu schicken. Vielleicht überlegt es sich der Angerufene später anders.

Nach der Einleitung: Weitere Argumente für das Angebot

Nach diesem Abschnitt notieren Sie sich bitte Argumente, die Sie nutzen können, um Ihren Gesprächspartner zu überzeugen. Gehen Sie dabei von den Bedürfnissen und Wünschen des Kunden aus. Führen Sie ihm den Nutzen vor Augen, den Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung für ihn hat. Setzen Sie diese Argumente dosiert und zur Beantwortung von Fragen ein. Zu viel Information auf einmal wäre verwirrend.

Überfordern Sie Ihren Gesprächspartner also nicht. Bieten Sie dann lieber einen persönlichen Gesprächstermin an. Wenn das nicht gewünscht ist, dann können Sie anbieten, weiteres Informationsmaterial zu schicken.

Ganz wichtig: Achten Sie auf Signale. Ziehen Sie nicht um jeden Preis Ihren Ablauf durch – berücksichtigen Sie immer die Reaktion des Gesprächspartners und gehen Sie geschickt und individuell darauf ein.

Die wichtigsten Argumente für Ihr Angebot und der größte Nutzen für den Kunden:

Der gelungene Abschluss Ihres Gesprächs

Zu Schluss des Gesprächs fassen Sie Ihre Vereinbarungen mit dem Angerufenen kurz zusammen. Dann sagen konkret, welche Schritte folgen werden. Zum Beispiel: „Das Informationsmaterial geht heute an Sie heraus“.

Geben Sie nun eine Handlungsanweisung an den Angerufenen. Zum Beispiel: „Wenn Ihnen unser Angebot zusagt, dann vereinbaren Sie bitte einen Termin für ein persönliches Gespräch“.

Schließlich bedanken Sie sich für das Interesse / für das angenehme Gespräch und verabschieden sich vielleicht noch mit einem persönlichen Wunsch.

Legen Sie erst auf, wenn der Angerufene aufgelegt hat.

Viel Erfolg!

WORTKIND[®]: Konzepte, Texte und Ideen

- ✓ Werbebriefe
- ✓ Homepagetexte
- ✓ Newsletter
- ✓ Texte für Flyer, Folder und Broschüren
- ✓ Produktbeschreibungen
- ✓ Pressemitteilungen
- ✓ Redaktionelle Beiträge
- ✓ Telefonleitfaden für Call-Center
- ✓ Slogans und Claims
- ✓ Mitbewerber-Analysen
- ✓ Marketingberatung
- ✓ Lektorat und Korrektorat