

  
Kostenloses PDF  
zum Download

# Telefontraining

Telefonleitfaden für  
geschäftliche Telefonate



- 2. Preis "Beste Pressemitteilung 2016"
- 2. Preis "Beste Pressemitteilung 2014"
- 1. Preis "Beste Pressemitteilung 2013"
- Texterpreis 2011 vom BPWD e.V.

Top-Dienstleister bei



So empfiehlt man sich heute!

## Dieser Telefonleitfaden dient als kleines Telefontraining

Lesen Sie, welche Fehler Sie vermeiden sollten und wie Sie immer den roten Faden behalten.

**Mein Tipp:** Drucken Sie sich den Telefonleitfaden aus und legen ihn neben das Telefon.

## Sie wünschen einen individuellen Telefonleitfaden?

Für mehrere Unternehmen habe ich individuelle Telefonleitfäden erstellt. Unter anderem für Handwerker, Immobilienmakler und einen Hausmeister-Service. Sie bekommen einen Leitfaden mit allem Drum und Dran – von der Begrüßung bis zur Verabschiedung –



mit Einwandbehandlung und alternativen Texten, die auf verschiedene Situationen abgestimmt sind.

- 2. Preis "Beste Pressemitteilung 2016"
- 2. Preis "Beste Pressemitteilung 2014"
- 1. Preis "Beste Pressemitteilung 2013"
- Texterpreis 2011 vom BPWD e.V.

Top-Dienstleister bei


**Proven Expert**

So empfiehlt man sich heute!

## Telefonleitfaden für geschäftliche Telefonate

Hilfe, das Telefon klingelt! Dieser Telefonleitfaden nimmt Ihnen die Angst vor geschäftlichen Telefonaten und macht Sie fit für eine erfolgreiche Kommunikation.

Lesen Sie im Telefonleitfaden von WORTKIND wie Ihre Anrufe noch besser ankommen und erfahren Sie, welche Fehler Sie unbedingt vermeiden sollten.

Kaum ein Unternehmer kommt ohne geschäftliche Telefonate aus. Wie professionell Sie sich am Telefon zeigen, ist oft entscheidend dafür, ob Sie einen Auftrag erhalten oder nicht. Zu Beginn meiner Arbeit als freie Texterin bekam ich Herzklopfen, jedes Mal, wenn das Telefon klingelte und eine unbekannte Nummer anzeigte. In vorherigen Jobs als Angestellte hat mir das Telefonieren nichts ausgemacht. Ich hätte ohne Zögern den Bundespräsidenten angerufen.

Anders wird das, wenn man sein eigenes Unternehmen vertritt und über eigene Angebote reden soll.

Diese Erfahrung teilen viele Kunden mit mir, denen ich einen individuellen Telefonleitfaden für ihr Telefonmarketing getextet habe.



- 2. Preis "Beste Pressemitteilung 2016"
- 2. Preis "Beste Pressemitteilung 2014"
- 1. Preis "Beste Pressemitteilung 2013"
- Texterpreis 2011 vom BPWD e.V.

Top-Dienstleister bei


**Proven Expert**

So empfiehlt man sich heute!

Dieser Telefonleitfaden ist allgemein gehalten und vereinfacht die ersten Schritte ins geschäftliche Telefonieren. Sie können mit etwas Telefontraining die Fehler vermeiden, die ich und viele andere gemacht haben. Viel Erfolg!

So nutzen Sie einen Telefonleitfaden richtig: Lesen Sie Ihren Telefonleitfaden mehrmals durch, denn vor dem ersten Gespräch sollten Sie den Ablauf so gut wie auswendig kennen. Der Leitfaden dient Ihnen dann nur noch als Erinnerungstütze während des Gesprächs und als Grundlage für erfolgreiche geschäftliche Telefonate. Halten Sie den roten Faden fest in der

Hand. Im Gespräch achten Sie unbedingt darauf, dass Sie den roten Faden nicht verlieren. Selbst und besonders dann, wenn Sie Small Talk machen. Sie sparen viel Zeit, wenn Sie sich nicht ablenken lassen, sondern das Ziel des Telefonats stets im Auge behalten. Dabei unterstützt Sie Ihr Telefonleitfaden. Hier erfahren Sie, wie Sie sich auf das Gespräch vorbereiten, und wie Sie das Gespräch leiten: vom Begrüßen bis zum Verabschieden.

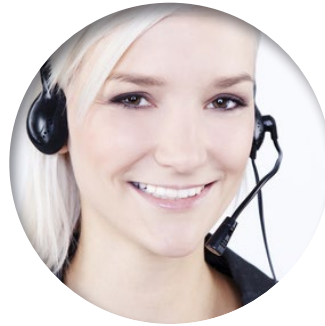
Steigen Sie aus dem Gespräch aus, sobald Sie merken, dass Ihr Gesprächspartner kein echtes Interesse an Ihrem Angebot hat. Einige Menschen haben

zu viel Zeit, wollen Ihnen kostenlose Informationen entlocken oder hören sich gern reden. Lassen Sie sich darauf nicht ein und verabschieden Sie sich freundlich, aber bestimmt. Sie könnten sagen, dass Ihr Gesprächspartner ja nun alle Informationen habe und dass Sie nun vorschlagen, er solle sich das Angebot in Ruhe überlegen und Sie bei Bedarf anrufen. Wer ernsthaftes Interesse hat, wird sich bei Ihnen melden. Sie verpassen also keine Chancen, wenn Sie aus einem überlangen, nicht zielführenden Gespräch aussteigen.

Bereiten Sie sich auf das Telefonieren vor: Schreiben Sie sich ein eigenes Konzept für Ihre Telefonate und orientieren Sie sich dabei an dem Ablauf, wie er in diesem Telefonleitfaden beschrieben ist. Das Konzept, Ihre Verkaufsargumente und die Antworten auf mögliche Einwände verinnerlichen Sie schon vor dem ersten Telefonat. Wenn Sie von Ihrem Angebot restlos überzeugt sind, schaffen Sie es auch, andere davon zu überzeugen. Nicht jeden, aber viele.

Leiern Sie Ihre Texte nicht wie auswendig gelernt herunter. Das geht am besten, wenn Sie aufmerksam und motiviert sind. Gehen Sie einfühlsam auf Ihren Gesprächspartner ein.

Gut zu wissen: Am besten ist, Sie stellen sich vor, dass Sie einem guten Freund oder der netten Nachbarin Ihr Angebot erklären. Formulieren Sie korrekt, aber reden Sie nicht so, wie man



*Persönlichkeit ist Trumpf: Kennen Sie das? Einen Callcenter-Anruf erkennt man an den ersten Worten, die aus dem Telefonhörer gleiten. Überfreundlich und anbiedernd leiern die Damen und Herren Ihren Telefonleitfaden herunter. Sie machen das anders und besser! Vor allem lesen Sie möglichst nicht wortwörtlich ab. Sprechen Sie lebendig und freundlich interessiert.*

schreibt. Keine geschraubten oder verstaubten Formulierungen, keine ellenlangen Sätze. Aber auch nicht zu locker oder etwa distanzlos.

Sprechen Sie deutlich und in einem angemessenen Tempo. Selbst wenn Sie hundertmal denselben Satz sagen: Für die Person am anderen Ende der Leitung ist das, was Sie sagen, eine

neue Information. Deshalb sollten Sie diese Information auch frisch und ansprechend präsentieren.

Versetzen Sie sich in Ihren Gesprächspartner. Vielleicht ist er in Eile, hatte gerade ein unangenehmes Erlebnis und ist dadurch gestresst, gerade wenn Sie anrufen. Spüren Sie den Stress oder erwähnt er ihn, dann erklären Sie kurz den Grund, warum Sie anrufen, und vereinbaren Sie einen späteren Termin für das Telefonat. Natürlich halten Sie sich an diesen Termin, denn damit beweisen Sie, dass man sich auf Sie verlassen kann.

Sprechen Sie den Gesprächspartner an passender Stelle mit seinem oder ihrem Namen an. Von allen Wörtern, die es gibt, hört der Mensch am liebsten seinen eigenen Namen. Nur: Übertrei-

ben Sie es nicht. Das wirkt anbiedernd und unnatürlich.

Wie lange sollte ein Telefonat dauern? Aus Untersuchungen weiß man, dass nach drei Minuten die Aufmerksamkeit bei den meisten Zuhörern deutlich nachlässt. Für Ihre Vorstellung und die Einleitung brauchen Sie ca. 30 Sekunden. Nutzen Sie die restlichen zwei-einhalb Minuten optimal und bringen Sie in dieser Zeit Ihre wichtigsten Argumente.

Die Zeitangaben sind verallgemeinerte Richtwerte für ein durchschnittliches Gespräch. Bei einer Ablehnung geht es schneller. Bei Interesse möchte der

Angerufene gern mehr Argumente von Ihnen hören. Achten Sie also auf die Signale.

Einwände notieren und entkräften: Bereits vor dem ersten Telefonat haben Sie mögliche Einwände notiert und passende Argumente entwickelt. Tauchen in den Gesprächen weitere Einwände und Bedenken auf, dann gehören diese auch auf Ihre Liste. Sie werden allerdings feststellen, dass sich die meisten Einwände gleichen. Das erleichtert Ihnen die Arbeit. Haben Sie gerade keine Idee, wie Sie einen Einwand behandeln sollen, fragen Sie Mitarbeiter, Kollegen oder Ihren Vorgesetzten.

Was Sie sich noch aufschreiben sollten: Notieren Sie, wenn Sie mit dem Gesprächspartner etwas vereinbart haben, zum Beispiel einen Besuch oder wenn er weitere Informationen wünscht. Notieren Sie auch, wenn Sie denken, dass es sich lohnt, später noch einmal nachzuhaken. Es ist sinnvoll, wenn Sie sich für Ihre Anrufe eine Excel-Liste mit den Namen der Ansprechpartner, den relevanten Kontaktdaten und für Ihre Notizen anlegen.

„Geht nicht“ gibt's nicht – jedenfalls nicht bei Ihnen: Und nicht, wenn Sie wirklich professionell telefonieren wollen. Streichen Sie auch die Worte: „Das

weiß ich nicht“ aus Ihrem geschäftlichen Wortschatz. Denken und sprechen Sie lösungsorientiert und nicht problemorientiert. Können Sie also einmal eine Frage nicht beantworten, dann sagen Sie nicht „Das weiß ich nicht.“ Formulieren Sie stattdessen positiv und serviceorientiert zum Beispiel mit diesen Worten: „Ich kläre das nach unserem Gespräch für Sie und rufe Sie dann wieder an.“ Kommen Sie dann wieder auf Ihr Anliegen zurück.

Präsent sein: Wenn Sie im Verlauf des Gespräches etwas notieren, sagen Sie es dem Gesprächspartner. Dann kann er sich darauf einstellen und Ihnen

entgehen während des Schreibens keine wichtigen Informationen.



*Halten Sie Zettel und Stift  
bereit für Notizen*

Der Umgang mit negativen Erfahrungen: Machen Sie sich klar, dass Sie nicht wissen können, warum Ihr Gesprächspartner gerade negativ reagiert. Da Ihr Kontakt nur wenige Sekunden oder Minuten dauerte, können Sie kaum einen Grund für Ablehnung geliefert haben. Vorausgesetzt, Sie waren freundlich und zugewandt. Nach einem schlecht verlaufenen Gespräch sollten Sie sich einen Moment Zeit nehmen, durchatmen, vielleicht sogar eine kleine Pause einlegen und sich mit Kollegen austauschen. Danach können Sie wieder entspannt und professionell das nächste Telefonat starten. Halten Sie sich immer vor

Augen, dass jeder neue Gesprächspartner Anspruch darauf hat, dass Sie ihm freundlich begegnen. Das steigert letztendlich auch Ihre Erfolgsquote.

Einstimmen auf das Gespräch: Positiv und optimistisch gehen Sie an Ihre Aufgabe heran. Das spiegelt sich dann auch in Ihrer Stimme und in Ihrem Verhalten wieder. Negative Erfahrungen nehmen Sie nicht persönlich. Sie erledigen alles vorher, was Sie ablenken könnte: essen, trinken, rauchen, Kaugummi kauen.

Nun arbeiten Sie Ihre Liste mit Telefonnummern Schritt für Schritt ab.

Nicht immer kennen Sie schon den Namen des Ansprechpartners und seine Durchwahl. Dann ist es Ihre erste Aufgabe, genau das herauszufinden.

Entspannen Sie sich: Richten Sie sich gerade auf, denn dann klingt Ihre Stimme offener, freier und sicherer. Wenn Sie lächeln, spürt das Ihr Gesprächspartner noch am anderen Ende der Leitung. Gehen Sie zuversichtlich und optimistisch in jedes Gespräch. Halten Sie sich das Ziel noch einmal vor Augen und lenken Sie das Gespräch in Ihre gewünschte Richtung.



Wenn Sie direkt beim Ansprechpartner ankommen, grüßen Sie und melden sich mit Vor- und Nachnamen: „Guten Tag, mein Name ist Erika Musterfrau.“ Ihr Vorname signalisiert Offenheit und fördert das Vertrauen. Außerdem hat der Gesprächspartner mehr Zeit, sich auf Ihre Stimme und Ihre Aussprache einzustellen, bevor er Ihren Nachnamen hört. Dadurch steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Ihr Nachname verstanden und gemerkt wird.

Wenn Sie in der Zentrale ankommen und den Namen des Ansprechpartners kennen, melden Sie sich zum Beispiel so: „Guten Tag, mein Name ist Erika Musterfrau. Verbinden Sie mich bitte

mit Herrn/Frau ...“

Fragt man Sie nach dem Grund Ihres Anrufes, schildern Sie Ihr Anliegen kurz und geduldig. Eine Ausrede wie, es sei ein privater Anruf, wird von den erfahrenen Mitarbeitern meist schnell entlarvt. Ist der Gesprächspartner gerade nicht erreichbar, dann fragen Sie nach seiner Durchwahl und wann Sie ihn wieder erreichen. Sollten Sie nicht wissen, wer überhaupt Ihr Ansprechpartner ist, dann fragen Sie einfach, wer für Ihr Anliegen zuständig sei.

Die entscheidende Phase des Gesprächs: Nachdem Sie Ihren Ansprechpartner begrüßt haben, erläutern Sie innerhalb von ungefähr 30 Sekunden,

warum Sie anrufen. Hier brauchen Sie treffende, leicht verständliche, überzeugende Aussagen. Formulieren Sie einfache Sätze, keinesfalls Sätze mit mehreren Nebensätzen. Wählen Sie eine natürliche, zugewandte Sprache. Erarbeiten Sie sich für diese Stelle des Gesprächs vorher zwei bis drei kurze Texte und testen Sie die Alternativen. Dann sehen Sie, welche Variante am besten zu Ihnen passt und welche den meisten Erfolg bringt. Lehnt der Gesprächspartner Ihr Anliegen ab, fragen Sie nach den Gründen. Dann haben Sie eine Chance, seine Argumente zu widerlegen.

Doch Vorsicht: Hier ist Ihr Fingerspitzengefühl gefragt. Geben Sie einen Kontakt nicht zu schnell auf, werden Sie aber nicht zu aufdringlich.

Mehr Argumente für Ihr Angebot: Zeigt der Umworbene Interesse, sollten Sie an dieser Stelle weitere Nutzenargumente parat haben und notieren sich diese vorher in Ihrem persönlichen Gesprächsleitfaden. Gehen Sie dabei von den Wünschen und Bedürfnissen Ihres zukünftigen Kunden aus. Überzeugen Sie ihn durch den Nutzen, den Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung für ihn hat. Aber feuern Sie nicht alles wie aus der Pistole geschossen ab. Halten Sie keine Mo-

nologe, sondern setzen Sie im Zweigespräch die Argumente wohldosiert und zur Beantwortung von Fragen ein. Zu viel Information auf einmal verwirrt und erschreckt den Zuhörer. Sie können auch einen persönlichen



*Bei einer Ablehnung können Sie auch anbieten, in einigen Wochen erneut anzurufen oder Informationsmaterial zu schicken. Vielleicht überlegt es sich der Angerufene später anders.*

Gesprächstermin vorschlagen. Ist das nicht gewünscht, bieten Sie an, Informationsmaterial zu schicken. Für alle Gespräche gilt, dass Sie immer

ganz beim Angerufenen sein sollen. Achten Sie auf Signale und ziehen Sie nicht um jeden Preis Ihren Ablauf durch. Berücksichtigen Sie die Reaktion und die Stimmung des Gesprächspartners. Gehen Sie geschickt und

individuell auf ihn ein. Das ist die wahre Kunst des Telefonierens.

So beenden Sie das Gespräch richtig: Fassen Sie die Vereinbarungen mit dem Angerufenen kurz zusammen und sagen Sie dann konkret, welche Schritte folgen werden. Zum Beispiel: „Das Angebot geht heute an Sie heraus“. Dann geben Sie eine Handlungsanweisung an den Angerufenen. Die könnte lauten: „Wenn Ihnen unser

Angebot zusagt, dann vereinbaren Sie bitte einen Termin für ein persönliches Gespräch“. Bedanken Sie sich anschließend für das Interesse oder für das angenehme Gespräch und verabschieden sich vielleicht noch mit einem persönlichen Wunsch. Legen Sie erst auf, wenn der andere aufgelegt hat. So wird das was!



- 2. Preis "Beste Pressemitteilung 2016"
- 2. Preis "Beste Pressemitteilung 2014"
- 1. Preis "Beste Pressemitteilung 2013"
- Texterpreis 2011 vom BPWD e.V.



# WORTKIND

---

Ursula Martens  
Erdinger Straße 74a  
85356 Freising

Telefon 08161 86 27 67  
Mobil 0160 880 30 29  
Telefax 08161 86 27 65

ursula.martens@wortkind.de  
www.wortkind.de  
USt-IdNr.: DE252519642