

neugeschäft | Magazin

Mehr Umsatz per Telefon

Telefonmarketing bleibt für Firmen ein lukratives Akquise-Instrument - trotz der Novellierung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).

Die wichtigste Änderung: Was oftmals bereits Rechtsprechung war, ist nun per Gesetz festgeschrieben. So genannte Kalt-Anrufe (ohne Einwilligung) bei Privatleuten sind untersagt und bei Gewerbekunden nur dann erlaubt, wenn ein stillschweigendes Einverständnis vorliegt. Die Auswirkungen des UWG hat der Deutsche Direktmarketing Verband zusammengefasst (kostenloser Download unter www.ddv.de). Wie Firmen Telefonmarketing in der Praxis erfolgreich einsetzen, erklärt Expertin

Sabin Bergmann (www.contelle.de):

Klare Ziele vorgeben Beim Ziel »Umsatz machen« fallen Mitarbeiter oft im ersten Telefonkontakt mit der Tür ins Haus. Besser: strategisch vorgehen und in drei Stufen den Kunden ansprechen. Ansprechpartner herausfinden, Infos anbieten. Im Folgeanruf Vertrauen aufbauen, Muster anbieten.



Im nächsten Kontakt: Termin vereinbaren oder direkter Telefonverkauf.

Mitarbeiter schulen Produktschulung: Ein Mitarbeiter, der bei Nachfragen auf den Außendienst verweist, signalisiert mangelnde Kompetenz. Telefonschulung: Um »anders« zu sein als die Masse der Telefonverkäufer.

Offenen Gesprächseinstieg wählen Mit dem Standard-Einstieg, wie zum Beispiel: »Wir haben hier ein sehr interessantes Angebot ...«, kann niemand etwas anfangen - und klingt nach Versicherungsvertreter. Besser: zu Beginn gleich das konkrete Thema nennen.

Kundenperspektive erkennen Die Formulierung, »Ich rufe Sie heute an, weil mein Außendienstkollege bald

in Ihrer Nähe ist und ich mit Ihnen gerne einen Termin vereinbaren möchte«, zeigt nur den Nutzen für den Telefonverkäufer. Besser: aus Kundenperspektive Fragen stellen - »Was ist Ihnen wichtig in der Zusammenarbeit mit einer Spedition?« »Was halten Sie davon, sich in einem persönlichen Gespräch selbst ein Bild zu machen?«

Nutzenorientiert argumentieren »Unsere Mietwagen bieten wir ab drei Tagen mit zehn Prozent Rabatt an und wir haben nur Autos, nicht älter als zwei Jahre« sind sachliche Aussagen. Besser: »Ab drei Tagen erhalten Sie zehn Prozent Rabatt - Sie sparen also ... Euro - und haben die Sicherheit, einen neuen Wagen zu fahren.« **MJ**