

Wie Sie den Erfolg Ihrer Telefonakquise deutlich erhöhen und dabei die Welt zu einem besseren Ort machen!

Von Natascha Gawlitza-Zorn und Beate Groschupf

Das Image der Telefon-Akquise ist denkbar schlecht. Die meisten verbinden damit **ungebetene Gespräche mit aufdringlichen, aufgesetzten Typen**, die uns überreden, überrumpeln, und uns etwas andrehen wollen, was wir weder brauchen noch wollen.

Zu oft laufen Gespräche in der Telefonakquise leider ab wie hier:

Beispiel:

"Guten Tag Frau Igel, mein Name ist Karsten Klaus. Ich rufe von der Firma xxx, Ihrem Mobilfunkanbieter an. Frau Igel, ich wollte Ihnen die tolle Neuigkeit verraten, dass es jetzt DSL auch in Ihrer Wohnung in der Hasenstraße von uns gibt. Ist doch toll, oder?"

"Ähm, es ist 20.15 Uhr und ich wollte eigentlich gerade fernsehen..."

"Ja, aber wie sieht es denn mit DSL aus, wäre das was für Sie?"

"Also, ich hab schon DSL, brauche also keins und im Übrigen bin ich auch gerade umgezogen und wohne gar nicht mehr in der Hasenstraße. Wo Sie mich schon anrufen, können Sie das bitte in Ihrem System aktualisieren?"

"Das tut mir leid, Frau Igel, da müssen Sie bitte bei unserem Kundenservice anrufen. Aber wie sieht es denn nun mit DSL aus? Wir haben da einen Sondertarif, mit dem Sie einen ganz tollen Bonus ..."

"Wie ich bereits sagte: ich habe bereits ein DSL und brauche kein zweites. Und ich möchte nun fernsehen. Auf WIEDERHÖREN!"

Es sind Gespräche wie diese, die zwar jeder kennt, aber niemand mag. Und da geht es beiden Seiten gleich. Auch diese Telefonverkäufer fühlen sich in solchen "Gesprächen" nicht wohl. Wobei "Gespräch" hier kein treffender Ausdruck ist. Denn sie führen **keine echten Gespräche** mit uns, sie spulen auswendig gelernte Sätze herunter, akzeptieren unsere Einwände nicht, sondern reden einfach weiter, versuchen abzulenken und uns platt zu reden. Sie kennen uns nicht, sie hören uns nicht, sie sehen uns nicht und verstehen tun sie uns schon lange nicht.

Mit solchen Vorbildern vor Augen ist es nicht leicht, sich selbst in der Rolle des Telefon-Akquisiteurs zu sehen. Schliesslich haben wir **berechtigte Hemmungen**, mit potentiellen Kunden genau die Gespräche zu führen, die wir selbst eigentlich unerträglich

finden. Nein, so wollen wir nicht sein. Dann lieber gar nicht verkaufen und verarmen! Naja, das ist leider auch keine Option.

Doch **Telefonakquise muss nicht so sein**. Sie können sich individuell auf Ihren Gesprächspartner einstellen und ein echtes Gespräch führen. Sie müssen nichts auswendig lernen und niemanden überrumpeln. **Sie können einfach Sie selbst bleiben und doch erfolgreich verkaufen**. Wie das geht? **Mit Recherche und Empathie**.

Recherche: Ansatzpunkte für ein individuelles Gespräch finden

Wenn Sie sich im Vorfeld **gut informiert** haben, können Sie auch leichter ins Gespräch kommen und **kundengerecht argumentieren**. Denn durch einen spezifischen, individuellen Grund für das Gespräch fühlt sich der Angerufene sofort wertgeschätzt und persönlich angesprochen. Er ist keine Nummer, nicht der 50te aus einer endlosen Liste, die der Anrufer anruft. Stattdessen merkt der Angerufene, dass sich der Anrufer **vorbereitet** hat. Da hört man sofort ein wenig aufmerksamer zu. Man ist weniger genervt von dem Anrufer. Der Anrufer unterscheidet sich von anderen Anrufern. Und zwar positiv.

All diese Punkte führen dazu, dass sich die Wahrscheinlichkeit, ins Gespräch zu kommen, erhöht. Und Sie können besser, **individueller argumentieren**, je mehr Sie wissen, je informierter Sie sind. Womit sich wiederum Ihre Erfolgsquote erhöhen wird. Sie sollen natürlich nicht so tun, als seien Sie Profi in einer Branche, in der Sie es nicht sind. Aber sich informiert zu haben, zollt Ihrem Gegenüber Respekt.

Checkliste für Ansatzpunkte

1. Lesen Sie die **Webseite, Produkte, Philosophie, Jobangebote** etc. Finden Sie heraus, welche Firma Sie anrufen und wie Ihr Angebot dazu passt. Wenn Sie Ideen haben, überlegen Sie sich vorher, welchen Nutzen Ihre Ideen für Ihren Kunden haben. Warum sollte er dafür Geld ausgeben? Konkretisieren Sie den Nutzen so gut es geht im Vorfeld.
2. Lesen Sie eventuell veröffentlichte **PR -Mitteilungen, News und Blogeinträge**. Vielleicht gibt es etwas, das Sie mit Ihrem Angebot in Verbindung setzen können?
3. Googlen Sie über die **Branche, Branchentrends und relevante Gesetze**. Schauen Sie auch hier, ob Sie eine Verbindung zu Ihrem Angebot schaffen können.
4. Suchen Sie beispielsweise in **Xing**, ob Sie Ihren Gesprächspartner dort finden. Welche Interessen hat er, welche beruflichen Stationen, Studien, Orte hat er hinter sich, was fällt Ihnen sonst noch auf? Können Sie das Gelesene nutzen, um ins Gespräch zu kommen? Vielleicht verbindet Sie sogar ein gemeinsames Interesse?
5. Sie können auch in Xing schauen, ob Sie jemanden kennen, der Ihren Gesprächspartner kennt. Falls ja, kontaktieren Sie diese Person. Was können Sie über Ihre Zielperson herausfinden? Oder Sie stellen fest, dass Sie jemanden kennen, der zwar nicht Ihre Zielperson kennt, aber jemand anderen in der

Zielfirma. Vielleicht kann Ihr Kontakt sogar einen **Kontakt zur Zielperson herstellen**, dann müssen Sie gar nicht mehr Kaltakquise machen!

6. Lassen Sie alles, was Sie herausfinden konnten, wirken. Und **werden Sie kreativ**. Wie können Sie irgendetwas von dem, was Sie herausgefunden haben, mit Ihrer Leistung in Verbindung bringen? Überlegen Sie, ob Sie einen Ansatzpunkt für ein Gespräch finden können. Es kann ruhig kreativ und auch ausgefallen sein. Wenn Sie ein Schmunzeln erzeugen, ist es auch fein. Wenn sich irgendetwas von dem, was Sie gelesen haben, irgendwie mit Ihrem Produkt, Ihrer Dienstleistung in Verbindung setzen lässt, ist das ein idealer Einstieg ins Gespräch und schon die halbe Miete.

Tipp

Wie Sie erfolgreich am Telefon akquirieren und Ihre Ansatzpunkte richtig einsetzen, können Sie auch bei uns lernen. Und zwar in unserem Online-Training „[Weniger Frust, höhere Schlagzahl – Telefonakquise optimieren](#)“

Empathie: Angenehme Gespräche führen

Gehen wir zurück zu unserem Beispiel vom DSL-Verkäufer. Ist der Verkäufer auf die Situation der Kundin eingegangen? Hat er wahrgenommen, dass sie fernsehen wollte? Nein. Er hat sein Verkaufsgespräch ohne Rücksicht und ohne Einbeziehen der anderen durchgezogen. Er hat sich über jeden Einwand hinweg gesetzt und Frau Igel nicht gehört. Seine Chancen überhaupt ins Gespräch zu kommen, und damit auf die Möglichkeit eines Geschäftsabschlusses, wären jedoch enorm gestiegen, wenn er [Empathie](#) gezeigt und auf die Situation von Frau Igel eingegangen wäre.

Denn das Gespräch mit Frau Igel hätte auch so ablaufen können:

Beispiel:

"Guten Tag Frau Igel, mein Name ist Karsten Klaus. Ich rufe von Ihrem Mobilfunkanbieter an. Frau Igel, ich wollte Sie informieren, dass es jetzt auch DSL in Ihrer Wohnung in der Hasenstraße gibt. Und wenn Sie gerade eine Minute für mich haben, würde ich Ihnen gerne ein Angebot dazu erstellen."

"Ähm, es ist 20.15 Uhr und ich wollte eigentlich gerade fernsehen..."

"Oh, es stimmt, ich rufe ja wirklich zur besten Sendezeit an. Da will ich Sie natürlich nicht lange stören."

"Also, eigentlich läuft gerade noch Werbung. Worum geht es denn genau? DSL habe ich nämlich schon. Ich wohne ja auch gar nicht mehr in der Hasenstrasse, sondern bin letzte Woche umgezogen."

"Gut, dann werde ich das gleich mal in unserer Datenbank aktualisieren. Übrigens haben wir auch spezielle Angebote für Internet-Fernsehen. Damit kann man unter anderem auf die Werbepausen verzichten oder den Film anhalten, wenn zum Beispiel das Telefon klingelt wie jetzt."

"Ach wirklich? Das klingt interessant."

"Da kann ich Ihnen gerne unverbindliche Informationen zuschicken, und Sie schauen in Ruhe nach, ob sich das für Sie lohnt. Hätten Sie das lieber per Post oder per E-Mail?"

"Lieber mit der Post. Meine neue Adresse lautet: ..."

Das war doch schon ein ganz anderes Gespräch. Ein richtiges Gespräch, mit einer individuellen Ansprache, mit Eingehen auf Grenzen und ohne Druck.

So baut man **Beziehungen und Vertrauen** auf. So macht Telefonieren Spaß. Mit Authentizität, Empathie und ohne Erwartungsdruck.

Empathie dient also dazu, vorbelastete Gesprächssituationen ("schon wieder so ein nerviger Telefonverkäufer") nicht nur zu neutralisieren, sondern tatsächlich zu ändern. Wir spulen nicht ab. Wir sprechen miteinander. Es schafft eine offene Atmosphäre, wir kommen mit dem Menschen auf der anderen Seite der Leitung tatsächlich ins Gespräch. Und wenn Sie **echte Gespräche führen und auf Ihren Gesprächspartner wirklich eingehen**, ist das für beide Seiten positiv und richtig angenehm. Doch vor allem: Mit solchen echten Gesprächen belästigen Sie niemanden und machen so die Welt zu einem besseren Ort!

Die Umsetzung ist eigentlich ganz einfach: Sie können davon ausgehen, dass alles, was Sie als aufdringlich, unangenehm und nervig empfinden, auf andere wahrscheinlich ebenso wirkt. Verhalten Sie sich in Gesprächen deshalb so, wie Sie es sich wünschen würden, wären Sie auf der Seite des Angerufenen. Das mag banal klingen, macht aber einen Unterschied wie Tag und Nacht! Probieren Sie es aus.

Aufgabe: Eine Übung in Empathie

Stellen Sie sich vor, Sie wären der Angerufene. Was fänden Sie selbst angemessen, wenn Sie wie folgt reagieren würden:

- "Ich kann jetzt gerade nicht."
- "Wir haben schon einen Anbieter hierfür."
- "Was kostet das?"
- "Wir haben aktuell keinen Bedarf und ich habe gerade auch keine Zeit."
- "So etwas brauchen wir nicht."
- "Ich habe kein Interesse."
- "Woher haben Sie überhaupt meine Telefonnummer?"

Schreiben Sie zu jeder möglichen Situation auf, welche Reaktion Sie sich von Ihrem Anrufer wünschen würden. Wie würden Sie in diesen Situationen gerne behandelt werden? Fassen Sie am Ende zusammen, was die Antworten gemeinsam haben. Und welche Schlussfolgerungen Sie daraus für Ihre eigene Telefon-Akquise ziehen.

Fazit

Über individuelle Ansatzpunkte und Empathie mit potentiellen Kunden wirklich ins Gespräch zu kommen, ist der wichtigste Schritt auf dem Weg zur erfolgreichen Telefon-

Akquise. Denn es ist **der Anfang einer persönlichen Beziehung zum Kunden**, auf deren Basis beide Seiten gerne Geschäfte miteinander machen werden.

Und es macht die Telefon-Akquise angenehmer - und zwar für beide Seiten. Weil Sie nicht überrumpeln und überrennen müssen. Und kein Mensch vom Typ "typisch Telefonverkäufer" mehr sind - sondern ein angenehmer Gesprächspartner.

Womit Sie nicht nur die Welt zu einem besseren Ort machen, sondern auch persönlich mehr Spaß bei der Telefon-Akquise haben und umso erfolgreicher sein werden!

Tipp

Wie Sie erfolgreich am Telefon akquirieren und mehr Spaß an der Akquise haben wollen, können Sie auch bei uns lernen. Und zwar in unserem Online-Training „[Weniger Frust, höhere Schlagzahl – Telefonakquise optimieren](#)“

Über die Autorinnen

Diplom Betriebswirtin Natascha Gawlitza-Zorn hat international studiert, in renommierten Unternehmen Karriere gemacht und die verschiedenen Stationen im Verkauf durchlaufen. Seit 2005 verkauft sie als selbständige Beraterin und Trainerin für Vertrieb und Marketing von erklärungsbedürftigen Dienstleistungen ihre Leistungen an mittelständische Unternehmen. Ihre eigene anfängliche Abneigung vorm Akquirieren hat sie im Laufe der Jahre zu ihrem Motto "Gehen Sie raus und haben Sie Spaß!" gewandelt. Diesen Prozess und die Methoden dazu vermittelt Natascha Gawlitza-Zorn den Teilnehmern in unseren Online-Workshops. Mehr über die Arbeit von Natascha Gawlitza-Zorn erfahren Sie auf: <http://www.sparring-partners.de>

Diplom Pädagogin Beate Groschupf ist seit 2004 selbständige Einzelunternehmerin. Sie unterstützt und begleitet als Coach und Trainerin Existenzgründungen sowie kleine und mittelständische Unternehmen bei dem erfolgreichen Aufbau und der Optimierung unternehmensspezifischer Akquise mit den Arbeitsschwerpunkten Vertrieb und Kommunikation. In den Trainings vermittelt sie ein Mix aus bewährten Instrumenten und Methoden mit dem Ziel die individuellen Handlungskompetenzen zu stärken. Ihre Berufserfahrung bringt sie aus leitenden Managementfunktionen in Marketing, Service und Vertrieb in IT-Unternehmen und NGO`s mit, wo sie langjährig die Vermarktung erklärungsintensiver Dienstleistungen und die Erschließung neuer Marktsegmente strategisch und operativ umsetzte. Zu ihren Kunden zählen die nat. und int. Verwaltung sowie KMUs mit Branchenfokus: IT-Dienstleister, Medien, Verbände und Organisationen. Mehr über die Arbeit von Beate Groschupf erfahren Sie auf: <http://www.sparring-partners.de>