

# Verkaufsaktives telefonieren

3-tägiges Seminar zur Verbesserung des Verkaufschancen durch strategische Telefonarbeit



## Um was es geht

Das Telefon - die Visitenkarte des Unternehmens.

Kein Unternehmen sollte die Arbeit mit dem Telefon unterschätzen, ist es doch der oftmals erste Eindruck, den ein potentieller Kunde von Ihrem Unternehmen erhält.

Telefon-Arbeit kann Schwerstarbeit sein. Es ist unmöglich, sich 8 Stunden pro Tag darauf zu konzentrieren. Besser als sich mit Gewalt zu viele Telefonate pro Tag aufzubürden sind kontinuierliche überschaubare, dafür aber effektive Telefone. Kompetenz, Freundlichkeit und das richtige Einfühlungsvermögen steigern das Image Ihres Unternehmens ungemein.

Nutzen Sie das Telefon als wichtiges Marketing-Instrument, aber beachten Sie dabei die wichtigsten Regeln des richtigen Telefonierens, denn ein schlechter erster Eindruck am Telefon ist meist nicht mehr reparabel.

## Zielgruppen

Mitarbeiter aus Vertriebsinnendienst und Kundenservice sowie alle Mitarbeiter, die telefonisch mit dem Kunden zu tun haben, also auch klassische Verkäufer und Verkaufsleiter, die das Telefon als strategisches Instrument des Verkaufens einsetzen wollen.

## Ihr persönlicher Nutzen

Lernen Sie in diesem Seminar die wichtigen Grundregeln und Feinheiten des richtigen Telefonierens kennen und fügen diese in Ihren täglichen Arbeitsalltag erfolgreich ein.

# Verkaufsaktives telefonieren (3 Tage)

## Hier lernen Sie

- Vorbereitende Maßnahmen für verkaufsaktive Telefonate.
- Möglichkeiten des Telefon-Reportings und des Data-Base-Managements.
- Problem-Telefonate und wie man mit diesem am Telefon umgeht.
- Strategisches telefonieren (Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von verkaufsbasierten Telefonaten).

## Inhalt

### Die richtige Organisation vor dem „aktiven“ Telefonat

- Die richtige mentale Einstellung.
- Telefon-Script, CRM-System (Adresserfassung, Kundendetails, Kundenhistorie), Telefonanlage, Unterlagen, Notizblock, Schreibzeug etc.
- Ordnung auf dem Schreibtisch, (ruhiges) Umfeld und Konzentration.
- Strukturierte Formulare als Erleichterung für die Gesprächsnotizen und die Ablage.
- Informationsquelle Internet zur Gesprächsvorbereitung. Informationen aus dem web 2.0.

### Das „passive“ Telefonat

- Wann geht man ans Telefon oder muss man es mindestens 3-mal klingeln lassen?
- Erste Worte: Deutliche Aussprache (Name des Unternehmens und des eigenen Namens).
- Die ersten und die abschließenden Sätze fremdbestimmter Telefonate.

### Reporting von Telefonaten und Erfassung von zusätzlichen Informationen

- Adresse, zuständige Personen (MAN), Telefon, Fax, eMail etc.
- Besondere Informationen und Kundenhistorie.
- Umgang mit IT und CRM-System. Alternatives Reporting.
- Follow-Up's und Umgang bei Nichterreichen des gewünschten Gesprächspartners.
- Reporting und Verarbeitung von Wünschen, Vorschlägen, Anmerkungen und Beschwerden des Kunden.

### Verhalten im strategischen Verkaufsgespräch am Telefon

- Grundlagen der Kommunikation.
- Mit der Stimme Sympathie erzielen.
- Aktives Zuhören und kundenorientiert argumentieren.
- Andere besser verstehen und lösungsorientiert agieren.
- Gesprächssteuerung durch Fragetechnik: Wer fragt, der führt!
- Dem Kunden freundlich „entgegenzutreten“ und „Kompetenz“ ausstrahlen.
- Auf Wünsche und Vorstellungen des Kunden eingehen.
- Einwänden souverän begegnen.
- Ein Gespräch positiv beenden und effektiv nachbereiten. Der strategische Gesprächsabschluss

## Vielfältige Gesprächssituationen meistern

- Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern.
- Aktive und reaktive Gesprächsführung.
- Sicherer Umgang mit Beschwerden, Reklamationen und Eskalationen
- Nein-Verkauf oder wie sage ich dem Kunden, dass etwas nicht geht?
- Vereinbaren von Lieferterminen und Reaktion auf Lieferverzug.
- Cross- und Up-Selling.
- Umgang mit Stress am Telefon.

## Preisgespräche am Telefon

- Der richtige Zeitpunkt der Preisargumentation
- Umgang mit der Preisnennung bei unklaren Kunden-Informationen
- Besonderheiten bei Rabattjägern

## Sonderthemen

- Das Telefonat als Informationsquelle: Was sollte man erfragen, was kann man erfragen, was sollte man vermeiden?
- Telefonate mit Personen aus dem Umfeld des Haupt-Gesprächspartners.
- Cross- und Up-Selling per Telefon.
- Zusatzverkäufe.
- Nebenprodukte als Einstiegsargument für die Hauptleistung.
- Neukunden-Akquisition am Telefon: Neukunden-Akquisitionsmodelle
- Team-Play im Verkauf (Innen- und Außendienst)

## Methoden

Interaktiver Vortrag, Diskussion von Praxisfällen, Beispiele, Übungen, Erfahrungsaustausch, Trainerinput, Kurzvorträge, Gruppenarbeit, Rollenspiele, Videoanalyse und Diskussion von Praxisbeispielen

**Dieses Seminar können Sie als Inhouse Training buchen. Fordern Sie Ihr unverbindliches Angebot an. Buchungsnummer 2011-03-18-02**

## **Heckl Consulting Hamburg**

Werderstrasse 58  
20149 Hamburg / Harvestehude  
Telefon +49 40 4104643  
Fax +49 40 448597  
info@heckl-consulting.de  
www.heckl-consulting.de