

# Checkliste: Die wichtigsten Grundsätze für erfolgreiches Telefon-Marketing

## 1. Das richtige Thema/Produkt/Dienstleistung

- Ist das Thema wichtig, für unsere Kunden interessant, um jetzt darüber zu sprechen?
- Was sind der konkrete Nutzen und Vorteil dieser Telefonate?

## 2. Die richtige Zielgruppe

- Ist mit einem grundsätzlichen Interesse zu rechnen?
- Kann sich die Zielgruppe unser Produkt, unsere Dienstleistung leisten?
- Welche Gesprächspartner sind für mich die Interessantesten?
- Grundsatz: nur mit der zuständigen Person sprechen!
- Selektionskriterien festlegen
- Durch Fragetechnik beim Gesprächsanfang sondieren, ob es sich wirklich um einen interessanten Gesprächspartner handelt.

## 3. Die richtige Vorbereitung

- Ziele setzen: Genaue Vorstellungen darüber, was wir mit dem Telefon-Gespräch erreichen wollen
  - Termin vereinbaren
  - Angebot unterbreiten
  - Unterlagen zusenden
  - direkt am Telefon verkaufen
  - Generelles Interesse abklären
  - Informationen über zukünftige Projekte der Gesprächspartner beschaffen
- Wichtig: Welchen Türöffner/Aufhänger wollen wir für unsere Gespräche verwenden?
- Grundlage für einen erfolgreichen Türöffner/Aufhänger ist die genaue Kenntnis über die Bedürfnisse, Probleme, Gedanken etc. unserer Gesprächspartner
- Beispiele von Türöffnern/Aufhängern
  - etwas Neues, Aktuelles, Spezielles
  - ein (zusätzlicher) Nutzen, Vorteil etc.
  - ein konkretes Problem
  - ein konkretes Gefühl ansprechen etc.

*Fortsetzung*



- Sich genau überlegen, wie die Situation des Gesprächspartners beim Anruf ist
  - Der Gesprächspartner wartet nicht auf unseren Anruf.
  - Er ist unter Zeitdruck, will nicht gestört werden etc.
- Wie reagieren Sie auf Abwimmelungssätze oder Gegenargumente?
- Möglichst viele Informationen über den Gesprächspartner sammeln
  - persönliche Daten, Autamarke, Kundengeschichte, Verträge etc.
- Ein persönliches Telefon-Script erstellen: Blatt mit den ersten Einstiegssätzen
  - allenfalls fremde Ideen für den Einstieg sammeln und anschließend selber ein auf die eigenen Stärken und Überzeugungen zugeschnittenes Script erstellen
- Script im eigenen Dialekt erstellen, so wie es gesprochen wird.
- Hilfsmittel bereitstellen: Script, Telefon-Marketingformular/Rapport, Argumentationskatalog, Agenda, Unterlagen mit Details zum Angebot
- Das Gespräch ankündigen
  - durch Versenden von „persönlichen“ Briefen
  - durch Versenden von Mustern
  - durch verschiedene Werbe- und PR-Aktionen informieren

#### **4. Der richtige Zeitpunkt**

- Wann sind die Gesprächspartner erreichbar?
- Wann haben diese Zeit für Sie?
  - Saisonale Aspekte
  - Wochentage
  - Tageszeiten
  - Erfahrungswerte
  - Randstunden: vor 08.00 Uhr, nach 17.00 Uhr
  - Am Abend
- Bei schönem Wetter! Die Leute sind bei schönem Wetter besser motiviert.

#### **5. Der richtige Gesprächseinstieg**

- Wichtig: Der Gesprächspartner muss das Gefühl haben, dass er persönlich und individuell angesprochen wird.
- Der Gesprächspartner muss sofort wissen, worum es geht und wie er von diesem Gespräch profitieren kann.

*Fortsetzung*



- Im Gesprächseinstieg nicht das Produkt oder die Dienstleistung, sondern über einen Nutzen oder Vorteil informieren.
- In den ersten 5-10 Sätzen eine gemeinsame Gesprächsbasis schaffen und das Interesse für das Thema wecken.
  - Den Gesprächseinstieg so gestalten, dass der Gesprächspartner die „Erlaubnis“ für die Fortsetzung gibt.
  - „Interessiert Sie dieses Thema?“
- Das erste Ziel des Telefon-Marketings ist es nicht, Besuchstermine oder Abschlüsse zu erwirken, sondern mit den Gesprächspartnern einen Dialog aufzubauen!
- Sich beim Gesprächspartner für seine Treue zu bedanken oder für etwas Konkretes zu loben sind immer interessante Möglichkeiten für einen positiven Gesprächseinstieg.

## 6. Der Gesprächsablauf

- Zusammenfassung der wichtigsten Punkte des Gesprächsablaufs:  
Roter Faden
- Gesprächsablauf stichwortartig festhalten
- Aktiv zuhören
- W-Fragen stellen
- Durch den roten Faden zum Gesprächsabschluss leiten

## 7. Der Gesprächsabschluss

- Vorschlag für das weitere Vorgehen
- Verkaufsabschluss
- Terminvereinbarung
- Offerte, Unterlagen zusenden
- Bei Absagen die „Tür für ein weiteres Gespräch offen lassen“.  
Eine einmalige Absage bedeutet nicht, dass ein weiteres Telefon-Gespräch nicht erfolgreich ist.
- Fragen Sie, ob er auch in Zukunft an Informationen über Aktionen, Neuheiten etc. interessiert ist.
- Fragen Sie, ob das Thema/Produkt bzw. die Dienstleistung für ihn zu einem späteren Zeitpunkt in Frage kommt.
- Fragen Sie, ob er genügend Information hat.
- Bedanken Sie sich für das Gespräch.

*Fortsetzung*



## 8. Die richtige Nachbearbeitung

- Rapport mit den wichtigsten Punkten des Gesprächs ausfüllen.
- Telefonate sind zu teuer, um nach einem Gespräch einfach „vergessen“ zu werden!
- Nicht zu vergessen sind persönliche Details unseres Gesprächspartners wie Hobbies, persönliche Vorlieben und Ansichten etc.
- Ordner mit den Rapporten anlegen
- Vereinbartes sofort erledigen: Unterlagen zusenden, Offerte erarbeiten und zusenden, Besuch bestätigen etc.

## 9. Eine langfristige Beziehung durch Telefon-Marketing aufbauen

- Nicht kurzfristige Abschlussquoten, sondern den Aufbau einer Kundenbeziehung anstreben
- Die Gesprächspartner ohne „Hardselling“ über Neuheiten informieren
- Die Kundenzufriedenheit abklären
- Die Kunden zu Verbündeten machen
- Information über weitere potenzielle Kunden aus dem persönlichen Umfeld der Kunden unter Verwendung von Kundennamen als Referenzen

### Quellen:

Das Low-Budget Werbe 1x1, Alois Gmeiner, Redline Wirtschaftsverlag  
Online Marketingmix von Markus Stolpmann, 2. Auflage, Galileo Business  
Schell Marketing Consulting, München  
<http://www.schell-marketing-consulting.de>

<http://www.mittelstand-spezial.de>

[http://www.akademie.de/business/tipps\\_tricks/](http://www.akademie.de/business/tipps_tricks/)

<http://www.marketing-marktplatz.de/set/Grundlagen.htm>

<http://www.mittelstand-spezial.de/index2.html>