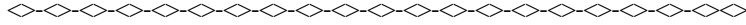


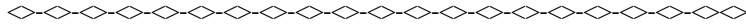
Telefon-Quick-Tipp NR. 12 im November 2001

\*\*\*NEUKUNDENGEWINNUNG \*\*\* NEUKUNDENGEWINNUNG \*\*\*

per Telefonmarketing fuer IT-Unternehmen  
im deutschsprachigen Raum



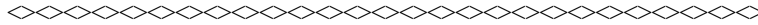
\*\*\*Informationen zum Bestellen finden Sie am Ende der e-mail\*\*\*



Herzlich Willkommen zur 12. Ausgabe von Telefon-„Quick-Tipp“  
Neukundengewinnung per Telefonmarketing

Inhalt:

1. Zum Thema: Rezession...
2. Die Frage nach dem Preis
3. Die Vertrauens-Taktik...



1. Zum Thema: Rezession

Sind Sie auch der Meinung, dass wir gerade einen Rueckgang der Konjunktur erleben? Schliesslich verkunden doch die Medien taeglich, dass „Deutschland am Rande einer Rezession steht!“  
Lesen Sie nachfolgende Gebrauchsanweisung: Wie manoeviere ich mich (mein Unternehmen) in eine Rezession?

Ein Mann verkaufte am Strassenrand heisse Wuerstchen. Er war schwerhoerig, deshalb hatte er kein Radio. Er sah schlecht, deshalb las er keine Zeitung. Aber seine Wuerstchen waren Spitzenklasse. Das hat sich natuerlich herumgesprochen und die Nachfrage stieg von Tag zu Tag. Er kaufte einen grosseren Grill und natuerlich musste er immer mehr Fleisch und Broetchen einkaufen.

Die Nachfrage war schliesslich so gross, dass er seinen Sohn von der Universitaet zurueckholte, damit er ihm half.

Sein Sohn kam und sagte: Vater, hast Du denn kein Radio gehoert und liest Du keine Zeitung? Eine schwere Rezession kommt auf uns zu. Der Umsatz wird zurueckgehen. Du solltest nichts mehr investieren!

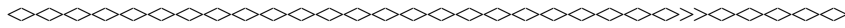
Der Vater dachte: Mein Sohn hat schliesslich studiert, er hoert Radio und liest Zeitung. Er muss es wissen. Also kaufte er nicht mehr so viel Fleisch und weniger Broetchen und er verringerte seine Kosten, indem er zusaetzlich an der Qualitaet des Fleisches sparte.

Und das Schlimmst fuer ihn war: Die Ungewissheit vor der Zukunft liess ihn unfreundlich im Umgang mit seinen Kunden werden.

So fiel sein Absatz an koestlichen heissen Wuerstchen ueber Nacht!

Wie recht Du doch hattest, mein Sohn, sagte er, es steht uns eine schwere Rezession bevor.

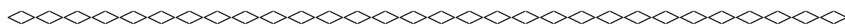
Was mich betrifft: Ich werde (mir) keine Rezession  
„herbeireden“ oder „einreden“ lassen! Und wie  
denken Sie darüber?



## 2. Die Frage nach dem Preis

Gerade in einer vor wenigen Tagen abgeschlossenen Telefonaktion  
wurde ich immer wieder gefragt: Wie teuer ist das?  
In dieser Aktion habe ich fuer ein IT-Unternehmen mit der  
Spezialisierung auf Webdesign Erstkontakte getaetigt.  
Ich wiederhole das Thema „zu teuer“ bewusst, denn aus  
Erfahrung weiss ich, dass man sich durch diese Frage  
schnell ins Abseits stellen laesst. Aber der Preis ist  
nur ein Vorwand! Und dem koennten Sie so begegnen:

Was verstehen Sie unter teuer..., Herr...? oder: Welches Budget  
haben Sie fuer dieses Projekt eingeplant? Oder: Gibt es ausser  
dem Preis noch etwas, das Sie zoegern laesst, Herr...? oder:  
(meist nennt der Ansprechpartner in solchen Faellen einen  
Mitbewerber, der es „billiger“ macht): Heisst das, wenn wir  
es zum selben Preis anbieten wuerden, koennten wir zusammen-  
arbeiten? Wenn er einraeumt, dass es nur (noch) der Preis  
ist, muss er jetzt mit JA antworten. Und jetzt sind Sie am  
„laengeren Hebel“, weil Sie ihn jetzt fragen sollten:  
Darf ich fragen, warum Sie – bei gleichem Preis – mit uns  
zusammenarbeiten wuerden? Nun muss er Farbe bekennen:  
Ich habe bei einem Kollegen einen von Ihnen realisierten  
Internetauftritt gesehen, der mir sehr gut gefallen hat...  
Sie haben dort eine ganz neue Idee hineingebracht; seither  
hat er viel mehr Besucher auf seinen Seiten...!  
Und nun sind Sie wieder am Ball: Sehen Sie, Herr...,  
das ist doch diese Investition wert, was meinen Sie?  
Ich glaube, jetzt koennen Sie das Thema „Preis“  
abhaken und Ihrem Vertriebsleiter einen neuen  
Kunden praesentieren..?!



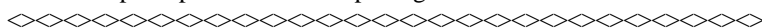
## 3. Die „Vertroestungs-Taktik“...

Wir haben unserem Ansprechpartner vereinbarungsgemaess  
unsere Unterlagen und besprochenen Informationen zukommen  
lassen, aber jedesmal, wenn wir nachhaken, kommen wir  
nicht weiter. Wer kennt diese Situation nicht?

Die typische Aussage: Ich muss es noch mit XY besprechen...oder:  
Wir haben noch keine Entscheidung getroffen...

Versuchen Sie Ihre Antwort einmal so (oder aehnlich) zu  
formulieren: Gibt es ausser der Abklaerung mit XY noch  
etwas, das Sie zurueckhaelt? Oder: Wenn Sie diesen Punkt  
geklaert haben, koennen wir dann einen Termin vereinbaren?  
Oder: Welche Gruende gibt es sonst noch, die Sie zoegern  
lassen? Oder: Wenn XY es in Ordnung findet, koennen  
wir dann ein persoenliches Gespraech fuehren?

Denken Sie immer daran: Jeder(!) Mensch hat ein  
Problem, sich zu entscheiden. Deshalb: Helfen Sie  
Ihrem Ansprechpartnr auf die Spruenge...!



Herzlichen Dank fuer Ihre Aufmerksamkeit. Das war fuer dieses Jahr  
der letzte Quick-Tipp. Sie kennen ja das Jahresendgeschaeft... und ich  
verkaufe meine Wuerstchen – sorry, ich meine natuerlich meine  
Dienstleistung wie bisher in gewohnter Qualitaet!

Ich freue mich, wenn Sie mir auch im naechsten Jahr treu bleiben und wuensche Ihnen noch viele erfolgreiche Telefongespraechе! Es waere doch super, wenn Ihr Chef auch einen groesseren Grill...(Sie wissen schon...) kaufen muesste!

Senden Sie mir doch eine E-Mail, wenn Sie Interesse zu einem ganz bestimmten Thema haben und auch, wenn Ihnen etwas nicht gefaellt oder Sie etwas vermissen. Ich freue mich darauf!

Haben Sie Fragen zu diesem Thema? Kennen Sie Geschaefts-Partner, Freunde, fuer die diese Tipps interessant sind? Dann senden Sie Ihre E-Mail bitte an: <mailto:hh@edv-telemarketing.de>

Hella Hart ...die gewinnbringende art zu telefonieren...  
Neukundengewinnung fuer IT-Unternehmen im deutschsprachigen Raum  
<mailto:hh@edv-telemarketing.de> – <http://www.edv-telemarketing.de>

Anmeldungen zu den Quick-Tipps nehmen Sie bitte vor unter:  
[www.edv-telemarketing.de/quick\\_tips/index.htm](http://www.edv-telemarketing.de/quick_tips/index.htm)

Telefon: +49/681/51885 Fax: +49/681/51811

copyright:  
Hella Hart, Saarbruecken