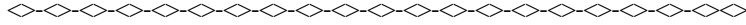


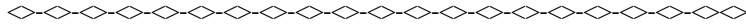
Telefon-Quick-Tipp NR. 13 im Januar 2002

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

per Telefonmarketing fuer IT-Unternehmen  
im deutschsprachigen Raum



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

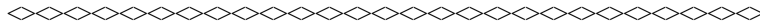


Herzlich Willkommen zur 13. Ausgabe von Telefon-„Quick-Tipp“  
Neukundengewinnung per Telefonmarketing  
und einen herzlichen Dank fuer Ihre „Treue“ im letzten Jahr.

Ich wuensche Ihnen ein erfolgreiches und glueckliches  
Neues Jahr und viel (Verkaufs-)Power in 2002!  
Wenn ich Sie mit meinen Tipps unterstuetzen konnte, freue ich mich  
ueber Ihre Weiterempfehlung.

Inhalt:

1. Zum Thema: „Fusion...“ fuer Sie gelesen...
2. Erinnern Sie sich an die Grundbeduerfnisse Ihrer Kunden...
3. Ihr Interessent hat Ihr Angebot erhalten...



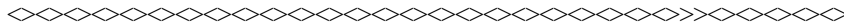
1. Zum Thema: „Fusion...“ fuer Sie gelesen...

In meinen Telefonaktionen hoere ich immer wieder:  
Wir fusionieren gerade, melden sie sich in einem halben  
Jahr wieder.... Zu diesem Thema faellt mir diese  
Geschichte ein:

Ein Huhn hatte eines Tages einen glaenzenden Einfall:  
Lass uns zusammenarbeiten, sagte es zum Schwein.  
Und wie stellst du dir das vor, fragte das Schwein.  
Ganz einfach: wir fusionieren und erzeugen gemeinsam  
Eier und Schinken. Ich liefere die Eier, und du den  
Schinken.

Lange denkt das Schwein nach, schliesslich meint es:  
Die Idee ist im Prinzip wirklich gut, nur..., dass ich dabei  
draufgehe...!

Nun, erwiderte das Huhn, das haben Fusionen nun mal  
so an sich.



2. Erinnern Sie sich an die Grundbeduerfnisse Ihrer Kunden...

Ihr Kunde kauft etwas, weil...

er natuerlich Profit haben will: Wie verdient Ihr Kunde  
mit Ihrem Produkt oder Dienstleistung mehr Geld? Welche  
Kosten entfallen fuer ihn durch Ihr Produkt/Dienstleistung? Wie  
spart er damit Geld und Zeit und wie kann er sich auf andere –  
fuer ihn vielleicht angenehmere und wichtigere Dinge – konzentrieren?

...und auch, weil...

er Sicherheit haben will. Wie fuehlt er sich sicher durch Ihr Angebot?  
Wie verbessert Ihr Produkt seine Existenzgrundlage? Welche Sorgen  
braucht er damit nicht mehr haben? Wie sichert Ihr Produkt den Fort-

bestand des Unternehmens?

...aber auch, weil...

er Komfort haben will. Wie steigert Ihr Produkt/Dienstleistung seine Bequemlichkeit? Warum fuehlt er sich mit Ihrem Produkt wohler und wie verbessert es seine augenblickliche Situation?

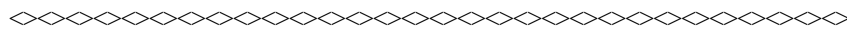
...und natuerlich, weil...

ihm Prestige wichtig ist. Wodurch gewinnt er dank Ihres Produktes Ansehen? Wo ist er der Erste mit dieser Dienstleistung? Wie „in“ ist er mit Ihrem Produkt?

...und ganz sicher, weil...

er Freude haben will. Wie steigert er sein Lebensgefuehl mit Ihrem Produkt? Wie kann er auch anderen etwas Gutes damit tun?

Denken Sie wieder daran: Ihr Kunde kauft aus genau diesen Gruenden Ihr Produkt und/oder Ihre Dienstleistung. Und erst recht, wenn die „Chemie“ zwischen ihm und Ihnen stimmt! Unterschaetzen Sie auch letzteres nicht!



3. Ihr Interessent hat Ihr Angebot erhalten...

Sie haben Ihrem Interessenten ein Angebot unterbreitet, dass „passt“, oder anders ausgedrueckt: sie haben ihm den Nutzen Ihres Produktes/Dienstleistung dargestellt. (Niemand kauft Winterreifen mit Spezialprofil, sondern die Sicherheit, die sie auf verschneiten Strassen bieten).

Herr Maier, konnten Sie meine Unterlagen schon lesen?

Jetzt setzt Herr Maier uns Schach-matt: NEIN!

Oder:

Herr Maier, Sie erwahnten in unserem letzten Telefonat, dass Sie mein Angebot noch mit Ihrem Geschaeftpartner besprechen wollen. Sind Sie schon dazu gekommen?

Herr Maier macht es uns nicht gerade leicht: NEIN!

Solche Fragen sind Suenden! Sie legen uns lahm!

Stellen Sie Meinungsfragen, denn auch bei einer negativen Antwort kommen Sie nie in eine schlechtere Position. Und bei einer positiven Antwort koennen Sie Ihre Position erheblich verbessern!

Herr Maier, wie gefaellt Ihnen unser Angebot?

Was ist noch wichtig fuer Sie?

Was muesste noch beruecksichtigt werden?

Welcher dieser Punkte sind fuer Sie am wichtigsten?

Mit wem/was vergleichen Sie unser Angebot?

Wie stellen Sie sich die optimale Abwicklung vor?

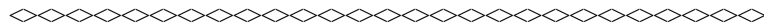
Welches Budget haben Sie fuer dieses Projekt eingeplant?

Wenn Sie das Angebot besprochen haben, koennen wir uns dann ueber einen Termin unterhalten?

Die Kollegen Ihrer Branche schaeetzen unseren Vor-Ort-Service – wie sehen Sie das?

Wie koennen wir jetzt weiter vorgehen – wann koennen wir uns persoendlich unterhalten?

Ich wuensche Ihnen einen Super-Start  
und viele Nutzen-Argumente im Sinne von Profit,  
Sicherheit, Komfort/Bequemlichkeit, Prestige und Freude...!



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\\_tipps/index.htm](http://www.edv-telemarketing.de/quick_tipps/index.htm)

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

copyright:  
Hella Hart, Saarbruecken