

NEUKUNDENGEWINNUNG

per Telefonmarketing für IT-Unternehmen im deutschsprachigen Raum

Informationen zum (Ab-) Bestellen finden Sie am Ende der e-mail

Herzlich Willkommen zum 3. Telefon-„Quick-Tipp“
,Neukundengewinnung per Telefonmarketing‘.

Inhalt:

1. Zwei „Telefonmarketing-Erlebnisse“ anderer Art...!
2. Wie man mit der richtigen(!) Fragestellung sein Ziel erreicht.
Eine Geschichte zum Schmunzeln und Nachdenken...!
3. In welchen Monaten und an welchen Tagen erreicht man die
meisten Ansprechpartner?

1. Zwei „Telefonmarketing-Erlebnisse“ anderer Art...!

Zur Zeit bin ich mit einer Aktion zum Thema ‚ERP-System‘ beschaefigt.

Folgendes erlebte ich an einem Vormittag: („Tatort“:Telefonzentrale):

Ich wollte den Geschaeftsfuehrer eines mittelstaendischen Unternehmens
sprechen. Der Name dieses Ansprechpartners war vorgegeben...!

„Guten Tag, mein Name ist Hart von..... – kann ich bitte Herrn
sprechen?“

„Herr ist ausgeschieden!!!“ – lautete die karge Antwort. „Wuerden Sie
mich freundlicherwise mit dem Nachfolger von Herrn..... verbinden?“
„Das ist nicht moeglich“, meinte die Dame, „reichen Sie Ihr Anliegen schriftlich
herein, er nimmt solche(!) Anrufe nicht entgegen!“ (Sie fragte gar nicht, w a s
mein Anliegen war). „Wenn Sie mich mit der Sekretaerin der Geschaeftsfuehrung
verbinden, waere ich Ihnen dankbar“, bat ich. „Die ist auch nicht zu sprechen!“
Wie ist denn der Name Ihres neuen Geschaeftsfuehrers, dann senden wir ihm eine
Information zu?“ – „Wissen Sie was“, sagte sie genervt, „senden Sie Ihre Unter-
lagen doch an den ‚alten‘ Geschaeftsfuehrer, sie werden dann weitergeleitet...!“
(Fuer den Papierkorb, dachte ich, sind die Unterlagen zu schade...).

Hier die Nummer ZWEI:

„Guten Tag, mein Name ist Hart von, kann ich bitte Ihren kaufmaennischen
Leiter, Herrn.... sprechen?“ – „Da muss ich mal nachhoeren, ob ‚der‘ auch kauf-
maennischer Leiter ist!“ – „Gerne, danke, ich warte“. – „Sie sind hier in einer
Niederlassung, Herrn.... gibt es hier nicht!“ Wuerden Sie mir den Namen und
die Rufnummer Ihrer Hauptverwaltung geben, bitte?“ – „Da muss ich mal
nachhoeren...!“ „Danke, ich warte“. Nach ein paar Minuten (sie hat mich
tatsaechlich nicht vergessen): „Also, die Zentrale ist in Frankfurt und heisst....,
und die Rufnummer ist... Moment, ich muss nochmal nachsehen...!“ Langsam
werde ich ungeduldig. „So, die Rufnummer ist“. – „Danke, erreiche
ich dort auch den kaufmaennischen Leiter, Herrn...?“ – „Passen Sie auf,
ich verbinde Sie jetzt erst mal weiter, da koennen Sie dann alles fragen...!“
Sie „drueckt“ mich weg – und ich lege auf! Bei meinem Anruf in der Haupt-
verwaltung bekomme ich den kompletten Namen des kaufmaennischen

Leiters und werde auch an ihn durchgestellt. Das Gespräch verläuft sehr positiv und lässt mich den filmreifen Auftritt von eben vergessen!

In solchen Situationen frage ich mich, wie oft ein Anrufer so ‚vor den Kopf gestossen‘ wird und wie lange es wohl dauern mag, bis die Geschäftsleitung davon Wind bekommt...? Oder sollte es nur mir so ergangen sein. Ich hoffe es für diese Telefonistinnen, denn wenn sie dieses Spiel mit einem Kunden veranstalten, könnte es bei Wiederholungen die längste Zeit ein Kunde gewesen sein?!

Übrigens... haben Sie auch schon solche Erfahrungen gemacht?

2. Wie man mit der richtigen Fragestellung sein Ziel erreicht!
Eine Geschichte zum Schmunzeln und Nachdenken...!

Zwei Manager nehmen an einem Meditations-Seminar in einem Kloster teil. Es herrscht striktes Rauchverbot, aber beide sind starke Raucher! Nach einigen Stunden der Enthaltsamkeit sagt einer der beiden:

„Ich gehe jetzt zum Seminarleiter und frage, ob wir rauchen dürfen!“
Nach kurzer Zeit kommt er kopfschüttelnd zurück:
„Wir dürfen während der Meditation nicht rauchen!“

Der zweite Manager gibt sich mit einem NEIN nicht zufrieden und geht ebenfalls zur Seminarleitung. Innerhalb weniger Minuten kommt er mit einer brennenden Zigarette im Mundwinkel wieder zurück!
Sein Kollege blickt ihn fassungslos an: „Was hast Du ihm gesagt?“
„Ich habe ihn gefragt, ob wir beim Rauchen meditieren dürfen...!“

Anmerkung: Wer (richtig!) fragt – führt!!!

Auf das Thema der richtigen Fragestellung werde ich in meinem Quick-Tipp Nr. 4 eingehen.

3. In welchen Monaten und an welchen Tagen erreicht man die meisten Ansprechpartner?

Ich möchte dieses Thema heute bevorzugt behandeln, da ich von Interessenten häufig auf die Erreichbarkeit angesprochen werde, so auch auf das berühmte „Sommerloch“!

Für ein Softwarehaus habe ich über einen Zeitraum von 2 Jahren (98/99) eine Erreichbarkeits-Analyse erstellt. Es ging darum, in welchen Monaten man die meisten Ansprechpartner erreicht. Ich machte für diesen Softwareentwickler während dieser 2 Jahre regelmäßige Telefonaktionen. Das Ergebnis war für die Geschäftsleitung eine wirkliche Überraschung:

In den Monaten Juli und August lag die Erreichbarkeit bei durchschnittlich 85%; in allen anderen Monaten nur bei durchschnittlich 75%! Am 18. September dieses Jahres (und nach Beendigung der Sommerferien in allen Bundesländern) begann ich mit einem Auftrag für ein schwedisches Unternehmen, welches in Deutschland eine Niederlassung gründete und sein neues Produkt präsentieren wollte. Die Erreichbarkeit lag bei 65%! **n a c h** den Ferien.

Es gibt – nach meiner Meinung – dieses „Sommerloch“ nicht (wie auch diese Statistik beweist), denn nicht alle Menschen haben Kinder und fahren während der Hauptsaison in Urlaub...! Wenn Sie aus zwingenden Gründen nicht im Juli und August in Urlaub fahren **m u s s e n**, bevorzugen Sie nicht auch lieber die ruhigere Nachsaison? Vermutlich geht es auch vielen unserer Ansprechpartner so.

Mit den Erreichbarkeits-T a g e n sieht es nach meiner Erfahrung

so aus:

In vielen Firmen ist montags „Meeting-Time“ – in vielen aber auch freitags..., mittwochs trifft man sich zur Projektplanung....! Ich behaupte: Täglich(!) finden in jedem Unternehmen und zu jeder Uhrzeit Besprechungen statt. Ich erlebe es an jedem Tag - am Vor- und Nachmittag. Demnach gibt es nie einen günstigen Zeitpunkt. Ich beginne mit ganz wenigen Ausnahmen immer montags, und zwar um 9.00 Uhr. Und ich stelle keinen Unterschied zu anderen Tagen fest.

Und die Berücksichtigung der Feiertage?

Wenn Sie in Ihren Kalender schauen, gibt es gleich zu Anfang des Jahres die Hl. Drei Könige, dann im Februar/März den Fasching, im April folgt das Osterfest, dann der 1. Mai, danach folgen Pfingsten, Fronleichnam... und wir finden bis Weihnachten fast keinen Monat ohne Feiertage. Das würde bedeuten, in jedem Monat gibt es x-Tage, an denen wir besser niemand anrufen! Wir sollten uns – bei so vielen Feier- und Urlaubstagen – vielleicht überlegen, ob es sich überhaupt lohnt, mit Telefonmarketing zu beginnen...?

Auch hier gilt: Nicht alle unsere Ansprechpartner fahren an allen Feiertagen in einen (Kurz)-Urlaub.

Ich meine, wir sollten alle zeitlichen Möglichkeiten nutzen, neue Interessenten bzw. Kunden zu gewinnen. Und ich glaube:
DER RICHTIGE ZEITPUNKT IST IMMER J E T Z T !

In diesem Sinne danke ich Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit und wünsche Ihnen zum richtigen Zeitpunkt den richtigen Ansprechpartner! Im Quick-Tipp November gibt es wieder: Telefonmarketing PUR (das Thema u.a.:
Jetzt haben wir den Ansprechpartner „am Ohr“ – wie geht es weiter?)