

Telefon-Quick-Tipps NR.4/2000 am 17. November 2000

NEUKUNDENGEWINNUNG

per Telefonmarketing fuer IT-Unternehmen im deutschsprachigen Raum

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

Herzlich Willkommen zum 4. Telefon-„Quick-Tipp“
„Neukundengewinnung per Telefonmarketing“.

Inhalt:

1. SYSTEMS 2000

2. Termine

3. Jetzt haben wir den Ansprechpartner „am Ohr“ – wie geht es weiter?

1. SYSTEMS 2000

War Ihr Unternehmen auf der Internationalen Fachmesse fuer Informationstechnik, Telekommunikation und Neue Medien, der SYSTEMS 2000 in Muenchen, vertreten? Wenn ja, sind Sie sicher jetzt mit der „Weiterverfolgung“ der Interessenten – oder wie es so schoen heisst – dem „Follow up“ beschaeftigt?

Es gibt immer diese Menschen, die sich zu einer Messe anmelden und dann doch nicht ‚erscheinen‘; und es gibt jene, die tatsaechlich auf Ihrem Messestand waren, deren Besuch aber nach der Messe im Sand verlaeuft...! Ich glaube, jedes Unternehmen macht immer wieder diese Erfahrung.

Das ist aber noch kein ‚Beinbruch‘! Reaktivieren Sie die „nicht Erschienenen“ umgehend (denn sie waren ja interessiert und moeglicherweise nur verhindert, den Termin wahrzunehmen). Sie koennten so vorgehen: „Guten Tag, Herr Mayer, mein Name ist ... von ... ! Sie hatten einen Termin auf der SYSTEMS 2000 am ... mit uns vereinbart! War es ein Zeitproblem oder waren Sie durch andere Umstaende verhindert, diesen Termin einzuhalten?“ Warten Sie seine Reaktion ab und versuchen Sie – je nach Antwort – ihn jetzt zu einem weiteren/anderen Gespraechs- oder Praesentationstermin zu motivieren. Er wird Ihnen sehr wahrscheinlich eine Zusage geben, denn es ist ihm „peinlich“, dass er den vereinbarten Termin nicht wahrgenommen und auch keine Absage erteilt hat. Deshalb koennen Sie die „Gunst der Stunde“ jetzt nutzen...! Falls er aber zu jener Gruppe gehoert, die Sie „vertroestet“ ‚auf unbestimmte Zeit‘, koennen Sie davon ausgehen, dass sein Interesse nicht allzu gross war. Sie werden schnell herausfinden, ob er ein „echter Interessent“ ist oder zu den „ich wollte mich nur mal informieren-Leuten“ gehoert. Das sind diejenigen, die kiloweise Prospektmaterial mit sich herumschleppen...! Mit diesen „Interessenten“ sollten Sie dann Ihre kostbare Zeit nicht mehr vergeuden, denn sie kaufen (fast) nie...!

Bei Interessenten, die bei Ihnen an einer Praesentation und an einem Beratungsgespraech teilgenommen haben, und

sich auf der Messe nicht auf einen weiteren Termin in Ihrem oder seinem Hause festlegen wollten, sollten Sie „am Ball“ bleiben! Sie haben sich in den meisten Fällen noch andere Lösungen von anderen Anbietern präsentieren lassen, und jetzt gilt es, diese Besucher „im Griff zu behalten...!“

Lassen Sie sich von Ihren Kollegen Vertriebsmitarbeitern alle Informationen geben, die Sie benötigen, um diese Interessenten nachzubearbeiten. Aus den Messe-Berichten können Sie entnehmen, was Ihre Kollegen auf der Messe besprochen, präsentiert und vereinbart haben. Besprechen Sie mit Ihrem Vertrieb im Detail, auf welche Schwerpunkte Sie achten müssen, werden Angebote erwünscht und so weiter...; stellen Sie die Vorteile Ihrer Lösung nochmals ganz deutlich heraus.

Wenn Ihr Interessent einen Mitbewerber nennt, der „besser“ ist, fragen Sie, was in IHRER Präsentation nicht berücksichtigt oder erwähnt wurde... und: GANZ WICHTIG: Rufen Sie jetzt an (sofern Ihr Vertriebs-Kollege nicht bereits eine feste Vereinbarung getroffen hat) und „schmieden Sie das Eisen, solange es heiß ist...!“

2. Termine

„Wieviele Termine können Sie vereinbaren?“ Eine oft gestellte Frage von IT-Anbietern in einem Erstgespräch mit mir. Wenn meine Antwort dann lautet: „Terminvereinbarungen in einem Erst-Gespräch sind nur selten möglich...“, entsteht eine „Sendepause“! Wir müssen ganz klar und realistisch folgende Fakten sehen: Wir rufen einen (möglichen) Interessenten das allererste Mal an. In den meisten Fällen kennt er unser Unternehmen nicht und hat noch nie etwas von uns gehört. Und nun erwarten wir, dass er zu einem Vorfahrtstermin sofort JA sagt. Der Ablauf, der Ihnen sicherlich bekannt vorkommt, ist in 98 von 100 Fällen so: Wenn Sie den Ansprechpartner für Ihr Produkt/Dienstleistung/Lösung interessieren konnten, bittet er in aller Regel zunächst um Unterlagen/Firmenprofil. Erst dann, wenn er diese gesichtet hat, ist eine Terminvereinbarung möglich. Im nächsten Punkt gehe ich konkret auf dieses Thema ein. Wenn sich Ihr Chef zu einem Seminar anmeldet, möchte er sicher vorher Seminar-Unterlagen, um das Unternehmen kennenzulernen, die Inhalte, evtl. Referenzen usw... – unserem Interessenten geht es nicht anders...! (Dies sollten Sie – bei entsprechender Erwartungshaltung – Ihrer Geschäftsleitung klarmachen...! Wenn nicht, stehen Sie unter einem permanenten Druck).

Ich weiss, dass einige Telemarketing-Agenturen sofort Termine anbieten – und ich weiss von Kunden (!) dieser Agenturen, dass Termine zwar zustande kamen, aber ohne KONKRETES Interesse dieser Firmen. (Man wollte höflich sein oder die Dame am Telefon war so nett, man wollte keine Absage erteilen usw...) Fazit: Der Vertriebsmitarbeiter bereitet sich auf eine Präsentation oder ein persönliches Gespräch vor, wird auch freundlich empfangen, aber nur, um eine Tasse Kaffee zu trinken und zu erfahren, dass man eigentlich im Moment gar nicht an eine neue Lösung

oder an einen Systemwechsel denkt. Solche ‚Eskapaden‘ kosten Ihr Unternehmen viel Zeit und Geld! Sicher, es gibt Terminvereinbarungen mit Firmen, bei denen echter Bedarf und Interesse besteht, und Sie auf Anhieb einen Termin bekommen, aber diese Faelle sind sehr selten! Zumindest dann, wenn Sie hochpreisige Produkte/Loesungen und Dienstleistungen anbieten, die qualitativ auf einem hohen Niveau liegen.

Sofortige Terminvereinbarungen bei einem allerersten Kontakt haben ihren Ursprung meist darin, dass den Mitarbeitern (haeufig Aushilfskraefte – was auch ok ist) pro Termin ein zusaetzlicher Betrag „X“ gezahlt wird. Nun ist es natuerlich leicht nachzuvollziehen, dass jeder dieser Mitarbeiter versucht, so viele Termine als moeglich zu notieren. Schade, denn diese Methoden (nicht(!) von den Aushilfskraeften verursacht) schaden schlicht und ergreifend dem Ruf des Telefonmarketing ganz erheblich! Sind Sie realistisch und vereinbaren Sie nur „serioese“ Termine, naemlich dort, wo wirklich konkretes Interesse besteht!

3. Jetzt haben wir den Ansprechpartner „am Ohr“ – wie geht es weiter?

Sie haben Ihren roten (Telefon-)Leitfaden vor sich, Ihren Kontaktbogen und die Zusammenfassung Ihrer Unternehmens-Daten. Und Sie sitzen (bequem) in einem Buero ohne ‚Durchgangsverkehr‘ und andere Stoerfaktoren? Und Sie haben sich von der Sekretäarin zum verantwortlichen Ansprechpartner vermitteln lassen? Super, dann moechte ich Ihnen die weiteren Schritte an einem (eher einfachen) Beispiel erlaeuern:

Der Anbieter ist eine Unternehmensberatung und auf SAP spezialisiert. In diesem Fall lassen Sie sich am besten zuerst mit dem Leiter der EDV verbinden (oftmals kann Ihnen die Dame an der Zentrale keine Auskunft zu dem SAP-Verantwortlichen nennen – was auch nicht unbedingt ihre Aufgabe ist).

Sie landen also bei dem Leiter der EDV:

„Guten Tag, Herr.....,mein Name ist.... von.....! Herr....., Sie sind verantwortlich fuer SAP-Projekte?“

„Nein, das ist Herr..... – er ist Projektleiter fuer SAP und Leiter der Anwendungsentwicklung“

„Haben Sie seine Durchwahl, Herr....?“

„Die Durchwahl ist: 3546 – aber ich kann Sie verbinden“

„Das ist sehr freundlich von Ihnen, vielen Dank“.

„Guten Tag, Herr....., mein Name ist.... von.....! Herr..., wir sind als Unternehmensberatung spezialisiert auf SAP und bieten Unterstuetzung und Beratung fuer das gesamte SAP-Umfeld an. Wie interessant ist dieses Thema fuer Sie?“

„Bieten Sie auch Migration von R/2 nach R/3 an und ABAP-

Programmierung?“

„Ja, natuerlich - welche Projekte planen Sie diesbezieglich?“

„Wir planen einen Umstieg der Module AM und HR von R/2 auf R/3 und einen Releasewechsel von CO und FI.“

Vorsicht: Sie sollten (als SAP-Beratungsunternehmen) im Erstgespraech lediglich wissen, dass AM=Anlagenwirtschaft, HR=Personal-Wirtschaft, CO=Controlling und letztendlich FI=Finanzwesen bedeutet.

Wenn Ihr Ansprechpartner fragt, ob Sie einen Spezialisten im Bereich Finanzwesen haben, und Sie Finanzwesen nicht mit dem Modul-Begriff: FI in Verbindung bringen, koennen Sie leicht „baden“ gehen...!

„Auf welcher Plattform laufen Ihre SAP-Anwendungen, Herr...?“

„Unter UNIX!“

„Und welches Derivat?“

„SINIX!“

„Also Siemens – das habe ich notiert. (damit geben Sie zu erkennen, dass Sie genau wissen, was sich hinter: SINIX verbirgt und Sie nicht nur einen Katalog von Fragen ohne Hintergrundwissen abarbeiten).

„Wie sieht Ihre weitere Systemumgebung aus, Herr....? – um Sie gezielt beraten zu koennen, sind diese Angaben wichtig...“

Stellen Sie nun die weiteren Fragen auf Ihrem Report zum Beispiel: welche weiteren Module, Datenbanken usw...

„Zu wann haben Sie diesen Umstieg und Releasewechsel geplant, Herr.... ?“

„Anfang naechsten Monats moechten wir mit der Auswahl eines fuer uns geeigneten Partners beginnen“.

„Dann kommen wir ja gerade zum richtigen Zeitpunkt, Herr....!“

„Ja, mal sehen, was Sie so alles ‚draufhaben‘ - fuer uns kommen nur absolute SAP-Profis in Frage.“

„Da kann ich Sie beruhigen, Herr...., wir sind seit ueber 12 Jahren im SAP-Geschaeft taetig und haben fuer alle Bereiche unsere Spezialisten. Welchen Termin koennen wir fuer ein Beratungsgespraech einplanen, Herr....? Passt Ihnen die KW 4 oder lieber die 5. Woche?“

(nun kommt der „Knack-Punkt“ : Termin!)

„Also zuerst moechte ich mal ein Firmenprofil und Referenzen.“

„Natuerlich, gerne Herr...., Sie bekommen ein Firmenprofil und spezielle Unterlagen zu den Modulen: AM, HR,CO und FI und diesbezieglich nennen wir Ihnen die passenden Referenzen –

ist das so in Ordnung fuer Sie?“

„Ja, das ist ok!“

„Herr...., da Sie Anfang naechsten Monats mit der Auswahl eines Partners beginnen – wann darf ich Sie wieder anrufen - die Unterlagen erhalten Sie in 2-3 Tagen...?“

„Lassen Sie mir eine Woche Zeit, dann muesste ich durch sein...!“

„Prima, dann rufe ich Sie in einer Woche wieder an um eventuell noch offene Fragen zu den Unterlagen zu klaeren und einen Termin mit Ihnen zu vereinbaren – ist es so in Ihrem Sinne, Herr...?“

„Ja, so koennen wir verbleiben.“

„Dann bedanke ich mich fuer das angenehme Gespraech mit Ihnen, Herr...., und rufe Sie wie vereinbart am.... wieder an...!“

So also koennte ein Erstgespraech aussehen. Sie haben einen ‚echten‘ Interessenten qualifiziert (er hat Ihnen bereitwillig alle Fragen beantwortet – waere er nicht interessiert, haette Ihr Gespraech laengst ein Ende gefunden...).

Leider verlaufen nicht alle Gespraechе so positiv, zum Beispiel dann, wenn bereits andere Anbieter im Boot sind und Angebote vorliegen.

Als Einstieg habe ich den ‚Idealfall‘ gewaehlt. Um aber auch mit nicht so auskunftsfreudigen Ansprechpartnern Ihr Ziel zu erreichen, bedarf es bestimmter Fragetechniken. Diese moechte ich in meinem naechsten Quick-Tipp behandeln.

Uebrigens, auf Ihrem Report sollten nun ALLE Daten und Informationen stehen, die Sie gerade ermittelt haben (z.B. Tel.-Durchwahlen, Name des EDV-Leiters, Name des Projekt-Leiters SAP und auch, dass er Leiter der Anwendungsentwicklung ist; vielleicht gibt es noch andere Projekte im Bereich Softwareentwicklung...- Ihr Kollege kann es in einem persoенlichen Gespraech in Erfahrung bringen...)

Falls Sie Fragen zu diesem ersten ‚Praxis-Gespraech‘ haben, wenden Sie sich gerne an mich – ich freue mich ueber Ihre Rueckmeldung!

In diesem Jahr ist dies der ‚letzte‘ Quick-Tipp – und so wuensche ich Ihnen (wenn auch 5 bzw. 6 Wochen zu frueh) noch viele (konkrete) Interessenten, aus denen Ihre Kollegen Kunden machen (Ihr! spezielles Erfolgserlebnis) und natuerlich ein frohes Weihnachtsfest und ein kraftvolles Neues Jahr!

Noch einen ganz herzlichen Dank fuer Ihr Interesse an meinen Quick-Tipps und die sich dadurch staendig erhoehende ‚Anmelde-Quote‘!

An dieser Stelle erlaube ich mir noch einen
„HINWEIS IN EIGENER SACHE“:

Sie kennen Geschäftspartner und Unternehmen, die Telefonmarketing zur Neukundengewinnung noch nicht einsetzen, dies aber mit eigenen Mitarbeitern realisieren möchten?

Dann freue ich mich über Ihren Hinweis auf:

<http://www.edv-telemarketing.de>

Dort gibt es eine Beratungs-Checkliste. Herzlichen Dank für Ihre Mühe!

Haben Sie Fragen zu diesem Thema? Kennen Sie Geschäfts-Partner, Freunde, für die diese Tipps interessant sind?

Dann senden Sie Ihre E-Mail bitte an: <mailto:hh@edv-telemarketing.de>

Falls Sie weitere Tipps nicht mehr wünschen, senden Sie Ihre E-Mail bitte an: <mailto:hh@edv-telemarketing.de>

Hella Hart ...die gewinnbringende Art zu telefonieren...
Neukundengewinnung für IT-Unternehmen im deutschsprachigen Raum
<mailto:hh@edv-telemarketing.de> – <http://www.edv-telemarketing.de>
Telefon: +49/681/51885 Fax: +49/681/51811
copyright:
Hella Hart, Saarbrücken