

Telefon-Quick-Tipps NR.5/2000 am 11. Januar 2001

NEUKUNDENGEWINNUNG

per Telefonmarketing fuer IT-Unternehmen im deutschsprachigen Raum

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

Herzlich Willkommen zum 5. Telefon-„Quick-Tipp“
,Neukundengewinnung per Telefonmarketing‘

...und natuerlich auch herzlich willkommen im Neuen Jahr! Ich hoffe,
Sie haben es mit POWER begonnen und vielleicht konnten Sie ueber die
Feiertage auch neue Energie ‚tanken‘? Ich wuensche Ihnen fuer 2001 viel
Erfolg und eine Menge neuer Kunden...!

Inhalt:

1. Sind Sie sicher, dass Ihre Kunden Ihre Produkte und/oder Dienstleistungen kaufen...?
2. Die verschiedenen Fragetechniken
3. Fuer Sie gelesen ...ein bisschen Spass muss ja schliesslich sein: Das Geschenk des Vorstandes

1. Sind Sie sicher, dass Ihre Kunden Ihre Produkte und/oder
Dienstleistungen kaufen?

Ich sehe das so: Wir alle haben ja irgendwelche
Grundbeduerfnisse, die da heissen: Gewinn – Sparen- Sicherheit -
Keine Sorgen – Kein Risiko – Bequemlichkeit – Stolz und
natuerlich Freude! Ob wir nun ein neues Moebelstueck, ein Auto
oder ein Kleidungsstueck kaufen. Wenn wir eine Spuelmaschine
kaufen, so doch nur deshalb, weil wir a) diese Bequemlichkeit
und b) mehr Zeit fuer uns, unsere Familie oder Freunde haben
wollen..!?

Und alle diese Beduerfnisse haben auch Ihre Kunden! Deshalb
kauft ein Kunde nicht ein Produkt, sondern immer den NUTZEN,
den er daraus ziehen kann. Unzaehlige Gedanken ‚schwirren‘ durch
seinen Kopf, wenn ‚KUNDE‘ etwas (Neues) plant...! Nur einige Beispiele:
Verdiene ich mehr Geld, wenn ich dieses Produkt kaufe? – Spare
ich Zeit und Geld damit oder mit dieser Dienstleistung? - Welche
Unanehmlichkeiten kann ich mit dem Produkt/Dienstleistung
vermeiden? – Kann ich meinen Komfort und die Bequemlich-
keit damit sichern? – Habe ich dadurch mehr Zeit fuer mich und
andere Dinge? – Gewinne ich damit Ansehen und Prestige? -
Was kann ich damit ‚Gutes‘ fuer meine Mitarbeiter tun? usw...

Stellen Sie deshalb in Ihren Telefongespraechen immer den NUTZEN
in den Vordergrund und machen Sie ihn transparent! (Das bedeutet
fuer SIE – das heisst fuer SIE – dadurch haben SIE die Moeglichkeit...)

2. Die verschiedenen Fragetechniken

Mit den folgenden Fragetechniken sollten Sie sich vertraut machen.
Sie helfen Ihnen, den Gespraechsverlauf zu optimieren und
Ihren Gespraechspartner zu unterstuetzen.

Die OFFENE Frage (sie beginnt immer mit ‚W‘): was – weshalb –
warum – wie - wann –

Mit einer offenen Frage wird der Kunde ‚sanft‘ gedraengt, eine Auskunft

zu geben. Verstehen wir uns richtig: Es geht nicht darum, den Ansprechpartner „auszutricksen“ (wir machen serioses Telefonmarketing), sondern moeglichst umfangreiche Informationen zu gewinnen um so den Bedarf zu ermitteln.

Also: Eine Offene Frage kann zum Beispiel sein: Welche Anforderungen haben Sie an eine Warenwirtschaft, Herr....? Oder: Wie bewerkstelligen Sie derzeit Ihre Absatzplanung? Welches Budget haben Sie eingeplant? Welche Informationen benoetigen Sie noch?...

Die GESCHLOSSENE Frage: Hier ist das Resultat immer JA oder NEIN! Die geschlossene Frage wird eingesetzt zur Ermittlung von Vorab- und/oder zusaetzlichen Informationen: Sind Sie verantwortlich, Herr...., wenn es um Softwareentwicklung geht? (Wenn er NEIN sagt, wird er uns den Namen des Verantwortlichen nennen); Dann handelt es sich hier um Individual-Software? (Wenn er NEIN sagt, erfahren wir, welche Standard-Software im Einsatz ist).

Die ALTERNATIV- Frage hilft dem Ansprechpartner, eine Entscheidung zu treffen:

Ist Ihnen die KW 5 oder 6 lieber, Herr...? Treffen Sie noch in diesem – oder erst im naechsten Quartal eine Entscheidung? Planen Sie ein Zeit- erfassungssystem zunaechst fuer Ihre Zentrale oder gleichzeitig fuer alle Filialbetriebe?...

Die INFORMATIONSFRAGE wird immer mit einem Vorteil fuer den Gesprächspartner verbunden: Um Sie optimal beraten zu koennen... Um Ihnen ein individuelles Angebot zu unterbreiten, um Sie besser zu unterstuetzen... benoetige ich noch ein paar Angaben von Ihnen, Herr... ...schlage ich ein persoenliches Gespraech mit unserem Qualitaetsmanager vor...; wer sind die Mitentscheider fuer dieses Projekt..? (In vielen Faellen wird der Ansprechpartner jetzt fragen: „Warum wollen Sie das wissen?“ Antwort: „Weil wir unsere Informationen gerne a l l e n Entscheidern zukommen lassen wollen!“)

Das Ziel der SUGGESTIVFRAGE ist es, Meinung und Beduerfnisse zu erfahren:

Sie wollen doch sicher eine Loesung, die auch Ihre Produktionsplanung optimal abdeckt, Herr....? Sie legen doch sicher Wert auf die Sicherheit Ihrer Netzwerkkomponenten? Das ist doch sicher auch ein Thema fuer den Finanzbereich?

Achten Sie darauf, dass Sie nach EINER gestellten Frage so lange SCHWEIGEN, bis Ihr Gesprächspartner geantwortet hat. Erst dann sollten Sie ihm Ihre naechste Frage stellen.

3. Fuer Sie gelesen: Das Geschenk des Vorstandes

Der Vorstand eines grossen Unternehmens schenkte seinem Abteilungsleiter eine Flasche Wein.

Ein paar Tage spaeter fragt er: Hat Ihnen der Wein geschmeckt?

Er war gerade richtig!

Was meinen Sie mit ‚gerade richtig‘?

Ich meine, wenn er schlechter gewesen waere, haette ich ihn nicht trinken wollen und wenn er besser gewesen waere, haetten Sie ihn vermutlich selbst getrunken.

(Ich hoffe, Sie haben eine bessere Erfahrung mit Geschenken gemacht?)

Zum Jahresanfang habe ich noch eine ganz persönliche Bitte an Sie:

Nachdem Sie nun den 5. Newsletter gelesen haben, teilen Sie mir doch kurz mit, welche Informationen Sie bisher vermisst haben und/oder auf welches oder welche Themen soll ich intensiv(er) eingehen usw...? Sie helfen mir damit, in folgenden QUICK-TIPPS auf Ihre individuellen Wünsche einzugehen und diese Informationen dann allen „Beteiligten“ zugänglich zu machen. Für Ihre Mitarbeit an:
<mailto:hh@edv-telemarketing.de>
im voraus herzlichen Dank!

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