

Telefon-Quick-Tipps NR. 8 im Mai 2001

***NEUKUNDENGEWINNUNG *** NEUKUNDENGEWINNUNG ***

per Telefonmarketing fuer IT-Unternehmen
im deutschsprachigen Raum

Herzlich Willkommen zum 8. Telefon-„Quick-Tipp“
Neukundengewinnung per Telefonmarketing

Inhalt:

1. Das Telefon hat Geburtstag
2. Wenn Sie (gut) zuhören, telefonieren Sie gewinnbringender...

1. Das Telefon hat Geburtstag

Das Telefon feiert gerade seinen 125-jährigen Geburtstag! Und es ist nicht „alt“ geworden – im Gegenteil – es ist aktueller denn je und gehört einfach in jede Marketingstrategie.

Obwohl die Internetpräsenz immer mehr an Bedeutung gewinnt: Ohne persönliche Ansprache geht es dennoch nicht. So zumindest ist meine persönliche Erfahrung:

Ich habe Mailingaktionen auf eine kleine Stückzahl von ca. 80 Briefen (für mich eine überschaubare Menge für das follow up) reduziert.

Response? Nicht berauschend: In der Regel eine Anfrage via Internet, Fax oder Telefon.

Falsch wäre jetzt, diesen fast „Null“-Rücklauf als Desinteresse zu interpretieren. Warum die meisten Leser nicht auf Mailings reagieren, obwohl eine Antwort per Mausklick oder ankreuzen im Antwortfax keine Mühe kostet, weiß niemand so genau. Aber eines ist ganz offensichtlich: Herr Müller und Frau Maier möchten persönlich angesprochen werden.

Also greife ich eine Woche nach Mailingversand zum Hörer – und sechs Ansprechpartner signalisieren mir ihr Interesse (vier davon haben es eilig, zwei sind zu einem späteren Zeitpunkt interessiert). Sie geben mir Auskunft über ihre Produkte und ein Geschäftsführer meint, er sei mit einer Telefonmarketing-Aktion „kläglich gescheitert“, die er extern in Auftrag gegeben habe; grundsätzlich halte er aber Telefonmarketing für ein geeignetes Instrument, um Interessenten zu qualifizieren.

(Wohlvollend stimme ich ihm zu... :-)

Weitere drei möchten sich vorab über meine Homepage informieren; in ein paar Tagen darf ich sie wieder kontaktieren.

Fazit: Der persönliche/telefonische Kontakt wird auch in Zukunft der wichtigste Schritt in Richtung Neukundengewinnung sein. Bleibt nur noch zu sagen: Danke Telefon und happy birthday!

Möchten Sie bei Ihrer Neukundengewinnung erfolgreicher sein?

Planen Sie einen TELEFON-PRAXIS-TAG mit LIVE-Telefonaten (aus Ihrer Datenbank):

1. Die Ermittlung des verantwortlichen Ansprech-

partners („Hindernis Sekretarin“)

2. Geprechsuehrung unter Beruecksichtigung der DV-spezifischen Fachbegriffe – bezogen auf Ihr Produkt/Loesung/Dienstleistung – bei einem Erst-Kontakt
3. Begegnung von Einwaenden (meist Kaufsignalen)
4. Professionelle Qualifizierung von konkreten Interessenten
5. Erst-Kontakte „live“ aus Ihrer Datenbank: Sie stellen fuer den Praxistag Ihre Zieladressen zur Verfuegung mit dem Ziel der Neukundengewinnung .

Selbst wenn Sie glauben, „fit“ zu sein, ist dieser Praxis -Tag ein refreshing mit grossem Lerneffekt!

Ihre Kontaktaufnahme bitte unter:

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

2. Wenn Sie (gut) zuhoeren, telefonieren Sie gewinnbringender...

Wann hoeren wir eigentlich zu 100% zu? 100% hoeren wir nur dann zu, wenn die an uns uebermittelte Botschaft total dringend oder absolut spannend fuer uns ist.

Waehrend unserer Arbeit beschraenkt sich unsere Zuhoer-Bereitschaft auf etwa 25%.

Das kommt Ihnen sicher bekannt vor: Sie sind vertieft in Ihren Job und bekommen den Anruf einer Freundin, deren Waschmaschine gestern den Geist aufgegeben hat – oder ein Bekannter erzaehlt Ihnen, dass der Verteilerkopf seines Wagens im Eimer ist. Wenn Sie nach einem solchen (oder aehnlichen Gespraech) den Hoerer auf die Gabel legen, wissen Sie gar nicht mehr genau, was Ihnen der Betreffende gerade lang und breit erzaehrt hat. Klar – Sie haben ja auch gar nicht (richtig) zugehoert. Es war naemlich total langweilig...!

Das Nicht-Zuhoeren kann sowohl im privaten als auch im beruflichen Umfeld fatale Folgen haben. Ein Vertriebsbeauftragter beispielsweise, der nicht zuhoert, verursacht seinem Unternehmen enorme Kosten. Er vereinbart einen persoenlichen Gespraechstermin mit einem Interessenten und unterbreitet ihm anschliessend ein Angebot, das mit den gewuenschten Anforderungen nur sehr wenig zu tun hat. Sein Interessent wird sich fuer einen Mitbewerber entscheiden, der gut zugehoert hat und konkret auf dessen Wuensche und Anwendungsbeduerfnisse eingegangen ist.

Aufmerksames Zuhoeren verhindert Unstimmigkeiten (im privaten Bereich hoert sich das so an: „...wenn du mir richtig zugehoert haetest...“); wenn wir unseren Kunden genau zuhoeren, koennen wir schneller und gezielter auf deren Beduerfnisse reagieren.

Denken Sie daran:

Ein guter Zuhoerer unterbricht sein „Gegenueber“ nie - ist wirklich absolut out! Wenn Ihr Ansprechpartner etwas sagt, das Sie nicht verstehen, unterbrechen Sie ihn hoeflich, andernfalls haben Sie Muehe, den nachfolgenden Inhalt zu verstehen.

„Entschuldigen Sie bitte, Herr Mueller, ich bin mir nicht sicher, ob ich Sie richtig verstanden habe - koennten Sie Ihre letzte Aussage etwas konkreter beschreiben“?

Die Gruende, besser zuzuhoeeren, sind zahlreich:

Wir muessen eine Situation verstehen
Wir moechten Informationen bekommen
Wir muessen die Beduerfnisse unseres Ansprechpartners herausfinden
Wir moechten eine Geschaeftsbeziehung aufbauen
Wir moechten Probleme loesen
Wir moechten Geld verdienen
Wir moechten eine passende Antwort geben
Wir moechten Zeit sparen
Wir muessen die Absichten des Ansprechpartners analysieren... undsoweiter...

Wie signalisieren wir unserem Ansprechpartner, dass wir ihm zugehoert haben und unser Gespraech gewinnbringend wird?

Wir stellen ihm klaerende Fragen
Wir wiederholen seine Ausfuehrungen mit unseren Worten (wir zitieren nicht), was bedeutet: Wir haben ihn verstanden!

Und wie verhalten wir uns waehrend des Gespraechs?

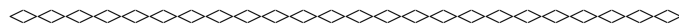
Wir machen uns Notizen
Wir benuetzen einen „Interesse-Wecker“ – aber Vorsicht:
Zu viele Details sind toedlich: Kommen wir also zum Punkt.
Wir verwenden immer wieder seinen Namen: Gerne, Herr Maier...
Wie interessant ist das Thema Virenschutz fuer Sie, Herr Mueller..?

Unser Ansprechpartner muss spueren, dass wir Interesse an seinen Gegebenheiten haben. Wir muessen „anwesend“ sein – nur so konzentrieren wir uns auf unseren Ansprechpartner.

Noch ein wichtiges Kriterium des Zuhoeerens:

Es gibt Menschen, die wie eine Kettensaegel kreischen und solche, die man auf einem Valiumtrip vermutet.
Wir sollten uns anpassen (in den hier erwaehten Beispielen waere etwa ein gesundes Mittelmass angebracht).
Kurz gesagt, wir sollten unsere Redegeschwindigkeit ungefaehr mit der unseres Gespraechspartners abstimmen.
Das betrifft im uebrigen auch die Lautstaerke.

Hoeren wir also besser zu, denn dies ist die Bestaetigung fuer Interesse. Und durch „ehrliches“ Zuhoeeren fuehlt sich unser Ansprechpartner akzeptiert. Mit Zuhoeeren erreichen wir mehr und telefonieren ganz sicher gewinnbringender...!



Haben Sie herzlichen Dank fuer Ihre Zeit und Ihre Aufmerksamkeit.

Und wie immer an dieser Stelle:

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

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

copyright:
Hella Hart, Saarbruecken