

---

# Inhaltsverzeichnis

|          |                                                                                 |           |
|----------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Heute und in Zukunft: Noch erfolgreicher telefonieren</b> .....              | <b>1</b>  |
|          | „Da bin ich ja nicht mehr authentisch ...“ .....                                | 3         |
|          | Das Telefon ist ein intuitives Medium! .....                                    | 3         |
| <b>2</b> | <b>So trainieren Sie sich selbst</b> .....                                      | <b>7</b>  |
|          | Von Hemmschwellen und Glaubensmustern .....                                     | 7         |
|          | Positive Konditionierung für erfolgreiche Telefonate ...                        | 8         |
|          | Ihre Sprache (und Stimme) – ebenso mächtig wie unbewusst .....                  | 16        |
|          | Interpretationen am Telefon fallen meistens negativ aus .....                   | 17        |
|          | Sich selbst (er)kennen – situative Selbstwahrnehmung .....                      | 20        |
| <b>3</b> | <b>„Stimmen“ Sie Ihre Stimme!</b> .....                                         | <b>23</b> |
|          | Immer auf Sendung – die Stimme .....                                            | 23        |
|          | Stimmübungen – gewusst wie! .....                                               | 29        |
|          | Hörbare, positive Veränderungen .....                                           | 32        |
|          | Erhöhen Sie den Redeanteil Ihrer Kunden .....                                   | 36        |
| <b>4</b> | <b>Welcher Atemtyp sind Sie?</b> .....                                          | <b>41</b> |
|          | Mehr Kraft, Spaß und Erfolg durch typgerechtes Agieren (und Telefonieren) ..... | 41        |
|          |                                                                                 | IX        |

|                                                         |            |
|---------------------------------------------------------|------------|
| Die Art der Atmung ist von zentraler Bedeutung .....    | 43         |
| Welcher Typ sind Sie: Einatmer oder Ausatmer? .....     | 44         |
| Der Einatmertyp .....                                   | 47         |
| Der Ausatmertyp .....                                   | 51         |
| Einatmer- und Ausatmer-Eigenschaften im Vergleich ...   | 57         |
| Der, der dazwischen steht: der Fragezeichentyp .....    | 61         |
| Der typgerechte Arbeitsplatz .....                      | 61         |
| <b>5 Die Atemtypen und ihre Charaktermerkmale .....</b> | <b>65</b>  |
| Was sagt die Terlusollogie über Ihren Charakter? .....  | 66         |
| Grundsätzliche Unterschiede zwischen                    |            |
| Empfindungs-Denktyp und Denk-Empfindungstyp ...         | 68         |
| Welche Auswirkungen die Ich-Betonung hat .....          | 71         |
| <b>6 Kommunikationstypen identifizieren und</b>         |            |
| <b>optimal ansprechen .....</b>                         | <b>73</b>  |
| Verständigungsprobleme zwischen „Vielredner“ und        |            |
| „Schweiger“ .....                                       | 74         |
| Verschiedene Kommunikationstypen .....                  | 75         |
| Wie Sie Sprachsignale des Kunden erkennen – und         |            |
| typgerecht agieren .....                                | 77         |
| Für jeden das Richtige .....                            | 79         |
| <b>7 Entwickeln Sie Ihre Sensitivität! .....</b>        | <b>91</b>  |
| Was bedeutet „Sensitivität“ ganz konkret? .....         | 91         |
| Übungen für Telefon-Profis .....                        | 94         |
| Ihre individuelle Farbsymbolik .....                    | 102        |
| Psychometrie zur weiteren Optimierung                   |            |
| Ihrer Sensitivität .....                                | 106        |
| <b>8 Intuitiv telefonieren und entscheiden .....</b>    | <b>109</b> |
| Was bedeutet „Intuition“ genau? .....                   | 109        |
| Geschäftliche Entscheidungen – besser rational          |            |
| begründet? .....                                        | 116        |

---

|                                                                                                  |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Der Verstand hat beratende Funktion – Emotionen steuern Entscheidungen .....                     | 117        |
| Wie „funktioniert“ Intuition? .....                                                              | 118        |
| <b>9 Professionell vorbereiten, souverän handeln .....</b>                                       | <b>123</b> |
| Lassen Sie sich bei <i>wichtigen</i> Entscheidungen von Ihrem „Überbewusstsein“ helfen .....     | 123        |
| Machen Sie Souveränität und Professionalität zu Ihren zentralen Erfolgsprinzipien .....          | 126        |
| Wie Sie Ihre Telefonate (künftig) optimal vor-, auf- und nachbereiten .....                      | 127        |
| <b>10 Mit Facebook, Twitter &amp; Co. den Kontakt zum Kunden halten .....</b>                    | <b>133</b> |
| Das Telefon im Kommunikationsmix .....                                                           | 134        |
| Was bedeuten Wiederholungssysteme für Sie und Ihren Umgang mit Gesprächspartnern und Kunden? ... | 138        |
| So gelingt die nachhaltige Verankerung „im Kundenkopf“ .....                                     | 140        |
| <b>11 Workbook .....</b>                                                                         | <b>145</b> |
| In Stimmung kommen ... ..                                                                        | 145        |
| So bekommen Sie Ihre Stimme in die Indifferenzlage ...                                           | 145        |
| So reduzieren Sie eine zu hohe Sprechgeschwindigkeit .....                                       | 146        |
| So sprechen Sie deutlicher .....                                                                 | 146        |
| So treffen Sie den richtigen Ton beim Kundengespräch .....                                       | 146        |
| Überprüfen Sie, ob Sie ein Aus- oder Einatmertyp sind .....                                      | 147        |
| Sind Sie ein Einatmertyp, orientieren Sie sich an folgender Tabelle .....                        | 148        |
| Sind Sie ein Ausatmertyp, orientieren Sie sich an folgender Tabelle .....                        | 150        |

---

|                                                                                                                                      |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Für jeden das Richtige: Typische Redewendungen und Wortkombination der drei Kommunikationstypen – und wie Sie darauf reagieren ..... | 152 |
| Die perfekte Begrüßung .....                                                                                                         | 154 |
| Entwickeln Sie mit Hilfe der nachfolgenden Liste passende „Einstiege“ für typische Gesprächssituationen ...                          | 155 |
| Beispiele für strukturierte Gesprächsführung .....                                                                                   | 156 |
| Übung: So bereiten Sie sich auf Gespräche mit Ihnen bekannten Ansprechpartnern vor .....                                             | 157 |
| Partnerübung: Sensibilisieren Sie sich für die Wahrnehmung von Impulsen .....                                                        | 158 |
| Übung: Wie Sie sich auf Telefonate mit Ihnen bekannten Personen einstimmen .....                                                     | 159 |
| Übung: Wie Sie sich auf Telefonate mit Ihnen unbekannten Personen (z. B. potenziellen Kunden) einstimmen .....                       | 159 |
| Checkliste: So bereiten Sie sich optimal auf Ihre Telefonate vor .....                                                               | 160 |
| Die wichtigsten Tipps für Ihr Verhalten während eines Telefonats .....                                                               | 162 |
| So werten Sie Ihre Telefonate optimal aus .....                                                                                      | 163 |
| Muster: Tägliche Telefon-Erfolgsstatistik .....                                                                                      | 164 |

<http://www.springer.com/978-3-658-02985-2>

Maximale Kundennähe am Telefon

So nutzen Sie Ihr intuitives Potenzial im Business

Fischer, C.

2013, XIII, 165 S. 16 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-02985-2