
So bereiten Sie sich organisatorisch vor: Selbstorganisation und Arbeitsmethodik

2

Bereiten Sie sich organisatorisch auf das Telefonat vor

Die Verwirklichung großer Ziele scheitert häufig an Kleinigkeiten und Selbstverständlichkeiten. Lassen Sie uns also damit beginnen.

Alles beginnt am Kopf

Bei der mentalen Vorbereitung beginnt alles *im* Kopf – bei der organisatorischen *am* Kopf: Wenn wir in Firmen tätig sind, wundern wir uns immer wieder darüber, dass viele Telefonverkäufer immer noch in alter Maier mit dem „Hörknochen“ am Ohr arbeiten. Eine wichtige Voraussetzung dafür, dass Sie entspannt und effektiv telefonieren, ist jedoch, dass Sie Ihre Hände frei haben. Also:

- **Praxis-Tipp: Telefonieren Sie mit einem Headset** Ein Headset macht den Weg frei für andere Aktivitäten:
 - Sie können aufstehen und Ihre Körpersprache einsetzen.
 - Sie können – im wahrsten Sinne des Wortes – andere Standpunkte einnehmen, indem Sie aufstehen und ein paar Schritte gehen.

Sie kennen sicher das Phänomen: Sie haben den Hörer aufgelegt – und dann überfällt Sie die zündende Idee, und Sie klagen: „Wäre mir das doch nur im Gespräch eingefallen!“ Jetzt ist es zu spät. Was ist die Ursache? Warum kommt Ihnen die rettende Idee nicht während des Telefonats?

Unsere Erklärung: Wenn Sie sich im Telefonat nicht bewegen oder gar verkrampfen, besteht die Gefahr, dass es an Reizen fehlt, welche Assoziationen auslösen könnten. Ihnen fällt nichts mehr ein. Ihr Gehirn ist mit anderen Dingen beschäftigt und hat keine Kapazitäten frei, um andere Reize zu verarbeiten. Lösen Sie sich aber von der bindenden Nabelschnur, also dem Telefonkabel, dann gerät etwas in Bewegung – Ihr Körper und Ihr Geist.

Natürlich kommt hinzu, dass Sie durch das Headset eine entspannte und damit die Wirbelsäule schonende Haltung einnehmen können. Und Sie haben beide Hände zum Arbeiten frei und können in Akten und Papieren kramen oder Eingaben am Computer vornehmen.

Alles endet in den Fingerspitzen

Ach ja, die Eingabe im Computer. Wir empfehlen in unseren Seminaren, dass sich Verkäufer während des Telefonats Notizen machen. Dieser Empfehlung wird sehr häufig brav gefolgt. Dann liegt ein Blatt Papier neben dem Telefon, und der Verkäufer macht sich seine Notizen. Nach dem Gespräch werden die handschriftlichen Notizen in den Computer übertragen. Ist das nicht schön, wie in der vorindustrialisierten Zeit?

Oft genug kann der Verkäufer seine Handschrift nicht mehr entziffern – der Kunde wird mit einer falschen Adressangabe erfasst. Ein Fehler mit gravierenden Konsequenzen – der Kunde geht im Adress-Nirwana verloren. Warum handeln die meisten Verkäufer so? Die Antwort ist so verblüffend wie einfach: Sie sind nicht in der Lage, mit

zehn Fingern zu schreiben. Oder sie tragen eben kein Headset und haben ohnehin nur eine Hand frei.

► **Praxis-Tipp: Ab in den Schreibmaschinenkurs**

- Was nutzt es Ihnen, wenn Sie die modernsten Verkaufs- und Gesprächstechniken beherrschen – jedoch nicht zehnfinger-blind schreiben können?! Also ab in den Schreibmaschinenkurs! Erinnern Sie sich noch an die Schreibsäle mit all den Damen, die ihre Texte „blind“ in die Schreibmaschine eintippen und sich nebenher noch etwas unterhalten?
- Zum effektiven Telefonieren gehört das professionelle Schreibsystem, das spart eine Menge Zeit – Zeit für mehr Telefonate. Und mehr Telefonkontakte bedeuten zumeist mehr Abschlüsse.

Das Prinzip „Schriftlichkeit“

Wenn wir Telefonverkäufer nach ihren Zielen befragen, erhalten wir zumeist die Antwort: „Das ist natürlich vor allem der Abschluss.“ Allerdings: Wenn wir die Gespräche, die aufgezeichnet wurden, auswerten, stellen wir fest, dass der Abschluss zumeist nicht gesucht wurde. Vielmehr wurde informiert und überwiegend beraten. In der Fußballsprache heißt das: Der Drang zum Tor hat gefehlt.

Die Ursache ist: Viele Verkäufer verlieren während des Gesprächs ihr Ziel aus den Augen. Und darum lautet unsere dringende Empfehlung:

- **Praxis-Tipp: Notieren Sie sich Ihr Gesprächsziel** Halten Sie das Gesprächsziel schriftlich fest, zum Beispiel auf einem Zettel, den Sie deutlich sichtbar an Ihren PC-Bildschirm kleben. Die meisten Menschen sind visuelle

Wahrnehmungstypen, und darum hilft es, das Prinzip „Schriftlichkeit“ zu verwirklichen – Sie können Ihr Ziel dabei ruhig in einem Bild festhalten.

„Was ich zum Kunden sage, fällt mir schon noch ein, wenn ich ihn erst einmal an der Strippe habe“. Dies hat in einem Training ein Teilnehmer doch allen Ernstes geäußert. Zu diesem Schluss kommt vielleicht derjenige, der täglich telefoniert und bei dem sich eine Routine in der Vorgehensweise und Argumentation entwickelt hat. Oder derjenige, der ein Telefon-Genie ist und ohne alle Vorbereitung Abschlussrekorde einfährt.

Allen anderen empfehlen wir: Bereiten Sie ein Gesprächsskript vor. Denn wenn wir uns einen Text aufschreiben, achten wir automatisch sorgfältiger auf unsere Formulierungen, wir wählen unsere Worte mit Bedacht aus. Wir formulieren genauer – und das kommt uns beim Telefonieren zugute. Das korrekt gesprochene Wort ist beim Telefonieren eben viel wichtiger als in der persönlichen Begegnung, bei der ein grammatikalisch falscher Satz oder ein „Äh“ nicht so ins Gewicht fällt. Der Verkäufer, der genau weiß, was er sagt, und sich bewusst ist, welche Wirkungen er damit erzielt, ist zumeist erfolgreicher als derjenige, der in der Hoffnung lostelefoniert, die richtigen Worte zur richtigen Zeit zu finden. Zudem verleiht ein Skript Sicherheit.

► **Praxis-Tipp: Nutzen Sie Ihr Telefonskript professionell**

- Vorsicht! Mit einem Skript zu arbeiten, darf nicht bedeuten, dem Kunden einen Text vorzulesen! Bitte sprechen Sie frei.
- Sie müssen Ihr Skript verinnerlichen. Denn wenn Sie wissen, was Sie sagen, können Sie sich darauf konzentrieren, *wie* Sie es sagen. Und Sie können sich auf das

konzentrieren, was der Kunde sagt, „zwischen den Zeilen lesen“ und registrieren, wie er auf Sie und Ihre Aussagen reagiert.

- Dokumentieren Sie alle Informationen, die Sie im Gespräch erhalten, schriftlich. Dazu sind hervorragende CRM-Systeme entwickelt worden.

Telefonieren Sie mit Rhythmus im Blut

Zum und beim Telefonieren brauchen Sie den richtigen Rhythmus. Diesen Rhythmus erlangen Sie, indem Sie wie am Schnürchen aufgereiht ein Telefonat nach dem anderen führen. Und damit Sie dies schaffen, sollten Sie die dazu notwendigen Arbeitsschritte deutlich voneinander trennen. Bereiten Sie einige Gespräche entsprechend vor und telefonieren Sie die Kundenadressen von oben nach unten ab. Wie beim Sport werden Sie gedanklich warm und können die Herausforderungen, die der Gesprächspartner an Sie stellt, annehmen und in Ihrem Sinn lösen.

Während des Telefonierens schalten Sie sämtliche Störungsquellen aus, die zu Unterbrechungen führen könnten. Jede Unterbrechung bedeutet, dass Sie wieder „abkühlen“ und aus dem Takt und den Rhythmus kommen. Und wiederum warmlaufen – das ist eine ungeheure Energieverschwendung.

Telefonverkauf fordert den ganzen Menschen, die ganze Energie und Konzentration. Das strengt an. Ihre individuelle Arbeitsweise sollten Sie in der Weise planen, dass Sie bewusst Pausen eintakten. Jedoch bitte nicht zu lange. Denn ansonsten besteht die Gefahr, dass Sie den roten Faden verlieren und aus dem Rhythmus kommen.

Sich zu erfrischen und zu erholen heißt ja nicht, auf Null herunterfahren, um dann wieder hochfahren zu müssen. Planen Sie zehn,

allerhöchstens 15 Pauseminuten ein. Verlassen hierzu den Arbeitsplatz, bewegen Sie sich ein wenig und pausen Sie sich aktiv fit.

- **Praxis-Tipp: Legen Sie Pausen ein** Nutzen Sie die Pause, um sich Ihre Erfolgserlebnisse bewusst zu machen. Es gibt nichts Schöneres, als sich in der Pause zu erholen – und Erfolge zu feiern.

Machen Sie die richtigen Gesprächspartner ausfindig: die Adressverwaltung

Die Taktgeber für Ihren Rhythmus sind die Adressen Ihrer Kunden. Wenn Sie eine neue Firma gewinnen wollen, stellen Sie sich wahrscheinlich zunächst die Frage, an wen Sie sich wenden sollen. „Eigentlich“ möchte man ja den Entscheider sprechen – und im Telefonat hört sich das ungefähr so an: „Wer ist denn bei Ihnen zuständig für ...?“ Und dann wundern Sie sich wirklich, dass Sie an irgendeinen Sachbearbeiter geraten! Aber kehrt man die Treppe nicht von oben nach unten? Also: Frisch gewagt und nach oben gestreckt.

Ran an die Entscheider

Steigen Sie möglichst weit oben ein. Wenn es Ihnen gelingt, mit einem Entscheider zu telefonieren, der Ihnen rät, mit einem seiner Mitarbeiter zu sprechen, haben Sie gute Karten. „Ich rufe, an, weil Herr Müller (*und das ist der Vorgesetzte des Angerufenen!*) mir Ihren Namen genannt hat“ – wir möchten den Mitarbeiter sehen, der sich Ihr Anliegen jetzt nicht zumindest anhört.

Das Problem: Die Namen der Entscheider lassen sich oft nicht so einfach feststellen. Wenn es sich um mittelständische Unternehmen

handelt, finden Sie im Internet oftmals entsprechende Hinweise und häufig schon die Namen der Geschäftsführer.

Gehen wir aber davon aus, dass Sie weder über einen Adressverlag noch über das Internet Namen ausfindig machen können. Dann bleibt Ihnen nur das Telefon – herzlichen Glückwunsch! Ihr Weg führt Sie unweigerlich über die Zentrale. Die Damen und Herren dort nehmen Sie bitte wichtig – behandeln Sie jeden Menschen, mit dem Sie auf dem Weg zum Entscheider in Kontakt kommen, so, als wäre es Ihr wichtigster Ansprechpartner.

Häufig sind die Mitarbeiter in der Zentrale sehr schnell und verbinden Sie, ohne dass Sie den Namen des gewünschten Gesprächspartners erfragen konnten. Und dann wissen Sie nicht, was und vor allem wer auf Sie zukommt. Und darum sollten Sie so vorgehen:

► **Praxis-Tipp: Dringen Sie zum Entscheider durch**

- Sagen Sie dem Mitarbeiter in der Zentrale, dass Sie dem Verantwortlichen, mit dem Sie Kontakt haben wollen, erst einmal schriftliche Unterlagen zusenden wollen.
- Bitten Sie den Mitarbeiter in der Zentrale um Hilfe, fragen Sie ihn nach dem Namen Ihres Ansprechpartners, indem Sie die Position beschreiben, mit der Sie Kontakt haben wollen: „Wie heißt denn Ihr Einkaufsleiter?“
- Dann fragen Sie nach dem Vornamen – das macht sich auf dem Anschreiben besser.
- Als Nächstes fragen Sie nach der Durchwahlnummer. Falls Sie wollen, können Sie nun unmittelbar die Bitte äußern, mit Ihrem Wunschpartner verbunden zu werden.
- Ansonsten verabschieden Sie sich recht freundlich und bedanken sich für die sympathische Unterstützung.
- Übrigens: Den Vor- und Nachnamen in Erfahrung zu bringen, hilft Ihnen besonders dann, falls Sie mit

der Assistentin in Kontakt treten. „Bitte verbinden Sie mich mit Herrn Ralf Maurer“ – das klingt so, als hätten Sie bereits eine persönliche Beziehung zu dem Ansprechpartner.

Ziehen Sie die Sekretärin Ihres Kunden auf Ihre Seite

Wer die Entscheider erreichen möchte, muss zumeist vorher die Sekretärin – Leserinnen mögen entschuldigen: Meistens sind es Sekretärinnen, keine Sekretäre – überzeugen.

Eine wichtige Frage in vielen Seminaren lautet: „Wie komme ich an der Assistenz vorbei oder wie übergehe ich sie?“ Die Fragestellung an sich ist schon bezeichnend. Denn wenn ich an jemandem vorbeikommen will, habe ich die Person schon per se als Gegner definiert. Die Assistenz wird wie der Höllenhund Cerberus gesehen, der in der griechischen Mythologie dafür verantwortlich ist, dass die Toten nicht mehr über den Styx zurück in die Welt der Lebenden zurückkehren.

Wenn Sie so denken, wird sich diese Einstellung in Ihrem Auftreten und in Ihren Worten am Telefon spiegeln. Und dann wundern Sie sich bitte nicht, wenn es aus dem Wald so herausschallt, wie Sie hineinrufen, und die Assistenz Sie unwirsch behandelt und abkanzelt. Warum sollte sie jemanden unterstützen, der sie offensichtlich als Stolperstein auf dem Weg zum Ziel betrachtet, als notwendiges Übel?

Assistentinnen haben oftmals die Aufgabe, die Spreu vom Weizen zu trennen, Interessantes von Uninteressantem zu unterscheiden und dem Chef so den Rücken frei zu halten. Das heißt: Die Assistentin ist eine Person von höchster Bedeutung für uns; verdeutlichen Sie sich, welche Macht sie hat. Noch wichtiger ist: Ziehen Sie daraus die

richtigen Schlüsse. Es geht nicht darum, die Sekretärin zu umgehen. Vielmehr sollten Sie versuchen, sie auf Ihre Seite zu ziehen, sie zu Ihrer Verbündeten zu machen.

► **Praxis-Tipp: Nehmen Sie die Assistenz für sich ein**

- Nehmen Sie die Assistentin ebenso wichtig wie Ihren gewünschten Ansprechpartner.
- Bitten Sie sie ganz offen um Unterstützung: „Ich hoffe, Sie können mir weiterhelfen. Wie ist Ihre Einschätzung? Ist das Thema XYZ, das den folgenden Nutzen für Ihr Unternehmen hat, für Sie bzw. Ihren Chef und Ihre Firma von Bedeutung? ... Ja? Können Sie mich dann bitte zu ihm durchstellen?“

Definieren Sie Ihre Ziele

Wir möchten Sie nun bitten, eine Abstraktionsebene höher zu klettern. Bisher ging es vor allem um die operative Vorbereitung – jetzt ist Ihre Strategiekompetenz gefragt: Dabei ist es wichtig, dass Sie Ihre Ziele kennen und sie klar formulieren können. Sie müssen wissen, wohin Ihr Schiff reisen soll.

Ihre Ziele sollen in jedem Fall herausfordernd sein. Unterfordern Sie sich bitte nicht. Denn Ziele haben eine begrenzende Komponente. Am besten ist dies in Richard Bachs Roman „Die Möwe Jonathan“ ausgedrückt: „Glaube an Grenzen und sie gehören Dir“. Wer sich unterfordert, wird nie zu der Spitze aufsteigen. Hinzu kommt: Bitte gehen Sie konsequent mit sich und Ihren Zielen um. Noch einmal: Formulieren Sie Ihre Ziele schriftlich, denn 0,3 % der Bevölkerung haben klare Ziele – allerdings nur im Kopf und nicht aufgeschrieben!

Nun ruft so mancher von Ihnen aus: „Das ist doch ein alter Hut, klar, wir müssen uns Ziele setzen!“ Gestatten Sie die Frage: „Warum scheitert die Umsetzung dann so häufig?“ Wir antworten: weil die richtigen Ziele häufig falsch formuliert sind.

Zieldefinition – Schritt 1: Visualisieren Sie Ihre Ziele

Oft wird behauptet, man müsse nur wollen, dann klappe es auch. Das ist grober Unfug! Denn wie viele Menschen gehen zum Beispiel in die Fahrprüfung und wollen unbedingt die Prüfung bestehen. Klappt es allein durch das Wollen? Die Durchfallquoten sprechen eine andere Sprache.

Und wie oft lagen Sie schon wach im Bett und wollten unbedingt schlafen? Hat es etwa geklappt? Nein, selbst nach Stunden nicht – obwohl Sie immer mehr schlafen wollten.

Was steckt da dahinter? Dazu müssen wir die Arbeitsweise unseres Hirns verstehen. Der Wille ist die sprachliche Form und ist deshalb der digital arbeitenden rechten Hirnseite zuzuordnen. Wenn allerdings Kraft und Energie freigesetzt werden sollen, dann müssen wir eine Vorstellung von dem Ergebnis bekommen. Hirnforschungen belegen zudem, dass dieselben Hirnregionen angesprochen werden, wenn wir einerseits in die Vergangenheit und andererseits in die Zukunft denken. Kann unser Gehirn bei der Bewertung von Gedanken nicht zwischen Vergangenheit und Zukunft unterscheiden?

Vorstellungen sind Bilder. Mit Bildern sind Gefühle und Emotionen verbunden. An diese Gefühle sind Motive, unsere Antriebe gekoppelt. Wenn Sie sich also über Ihre Zielsetzungen motivieren wollen, dann sollten Sie sich eine klare Vorstellung von dem Ziel bilden:

Aktiv verkaufen am Telefon

Interessenten gewinnen, Kunden überzeugen,
Abschlüsse erzielen

Stempfle, L.; Zartmann, R.

2014, XVIII, 223 S. 4 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-02989-0