

I.O. BUSINESS®

Leistungsbereich Seminare

Checkliste

Professionell Telefonieren:
Gesprächsphasen
und
Gesprächsnachbereitung



Gemeinsam Handeln – I.O. BUSINESS®

Checkliste

Professionell Telefonieren: Gesprächsphasen und Gesprächsnachbereitung

Telefonieren ermöglicht die direkte Kommunikation zwischen Menschen über Distanzen und gewinnt daher in einer zunehmend globalisierten Welt immer stärkere Bedeutung. Viele Kunden lassen sich von Servicecentern, deren Standorte teilweise am anderen Ende der Welt liegen, telefonisch beraten und bestellen Waren und Dienstleistungen über das Telefon.

Professionelles Verhalten am Telefon ist somit ein erfolgskritisches Kriterium, das Sie dabei unterstützen kann, Umsatz zu erzielen, Kunden zu binden und neue Kunden zu gewinnen. Dabei spielt es keine Rolle, ob Sie Telefonate annehmen, also passiv telefonieren oder aktiv selbst anrufen.





Diese Checkliste unterstützt Sie dabei, noch professioneller zu telefonieren. Sie erhalten Tipps und Anregungen zu folgenden Inhalten:

- Gesprächsphasen
 - Einstiegsphase: Vorstellung und Kurzversion des Anrufgrundes
 - Bedarf ermitteln / Standpunkt des Gesprächspartners herausfinden
 - Vorteil für den Gesprächspartner herausstellen
 - Umgang mit Einwänden und Vorwänden
 - Den Gesprächspartner zum gewünschten Ziel geleiten
 - Ergebnisse zusammenfassen und das Telefonat positiv abschließen
- Gesprächsnachbereitung
 - Kritische Reflexion Ihres Telefonverhaltens
 - Inhaltliche Nachbereitung

Bei dieser Checkliste handelt es sich lediglich um Gedankenanstöße und hilfreiche Punkte rund um das Thema Telefonverhalten, die in jedem Einzelfall möglichst nach entsprechender Beratung angepasst werden müssen. Jedwede Verwendung dieses Textes geschieht auf eigenes Risiko und unter jeglichem Haftungsausschluss der I.O. BUSINESS.

Bitte kontaktieren Sie uns umgehend, wenn Sie sich über Fragen zum Telefonverhalten mit einem unserer Consultants austauschen möchten.

I.O. BUSINESS – Leistungen:

-  Unternehmensberatung und Training
-  Analyse der vorhandenen Instrumente und Systeme
-  Entwicklungs- und Implementierungsunterstützung
-  Umsetzungs- und Anwendungsbegleitung

© I.O. BUSINESS® | Engelsstrasse 6 | D-42283 Wuppertal | +49 (0)202 277 5000 | www.io-b.de. Alle enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Kopieren oder Nachdruck verboten; Ausnahmen nur mit ausdrücklicher Genehmigung. Das Zitieren von Auszügen kann nur gestattet werden, wenn I.O. BUSINESS® als Quelle genannt wird.

Gesprächsphasen

Alle Telefonate, aktive und passive, bestehen immer aus mehreren Gesprächsphasen. Je nach Art des Telefonates ist die Anzahl der Phasen kleiner oder größer.

Grundsätzlich gibt es einen Gesprächseinstieg, einen inhaltlichen Teil, der aus mehreren Phasen besteht, und den Gesprächsabschluss. Im Folgenden werden die verschiedenen Phasen und mögliche Inhalte am Beispiel eines Verkaufsgespräches dargestellt. Ziel des Anrufes ist es, den Gesprächspartner von der Qualität des Produktes zu überzeugen und ihn zum Kauf zu bewegen.

Einstiegsphase

Der erste Eindruck am Telefon, die ersten 10 – 20 Sekunden, sind besonders entscheidend für den weiteren Verlauf des Gesprächs: Melden Sie sich verständlich. Wählen Sie einen guten, kurz und klar formulierten "Aufhänger", der dem Gesprächspartner den Grund Ihres Anrufes nennt und sein Interesse weckt.

Dieser sollte ihm den Nutzen verdeutlichen, den er erhält, wenn er das Gespräch mit Ihnen führt und zum Schluss das Produkt kauft.

Gesprächseinstieg

"Mein Name ist" _____

"Von der (Firma)" _____

Gegebenenfalls Frage nach dem richtigen Ansprechpartner:

- "Spreche ich mit Herrn XY?"
- "Bin ich bei Ihnen an der richtigen Stelle, es geht um das Thema XXX?"
- "Wer ist denn bei Ihnen für das Thema XXX der richtige Ansprechpartner?"

Gegebenenfalls mit einem Satz Ihr Unternehmen beschreiben:

Aufhänger

Dieser könnte wie folgt aufgebaut sein: *"Auf der Messe letzte Woche haben Sie mit Herrn Müller, dem Marketingleiter, über unser neues Produkt gesprochen und wollten sich über weitere Einzelheiten beim Produktmanager informieren. Gern stehe ich Ihnen zur Verfügung. Haben Sie gerade Zeit oder soll ich mich später wieder melden?"*

▲ Was könnte eine gute Einleitung für Ihr Anliegen sein?

Gegebenenfalls: Nachfrage, ob der Anrufzeitpunkt gerade günstig ist. Bitten Sie ansonsten Ihren Gesprächspartner, Ihnen einen besseren Zeitpunkt zu nennen.

Inhaltlicher Teil

Bedarfsermittlung

In dieser Phase geht es darum, den Standpunkt oder die Bedürfnisse des Gesprächspartners herauszufinden. Diesen Bedürfnissen liegen bestimmte Motive zugrunde, nach denen dieser sein Handeln ausrichtet. Auch diese können Sie durch geschicktes Fragen ergründen. Nur wenn Sie wirklich herausgefunden haben, was Ihr Gesprächspartner will, können Sie ihm den Nutzen, den er aus Ihrem Produkt ziehen wird, so darstellen, dass es ihn überzeugt. Folgende Fragen unterstützen Sie dabei, die Bedürfnisse und Motive Ihres Gesprächspartners zu erkennen:

In einem Verkaufsgespräch können Sie zum Beispiel folgende Fragen verwenden:

- *"Wo soll das Produkt eingesetzt werden?"*
- *"Wozu wollen Sie das Produkt verwenden?"*
- *"Was wollen Sie durch den Einsatz eines solchen Produktes bezwecken?"*
- *"Welches Produkt verwenden Sie zurzeit?"*
- *"Welche Verbesserung wünschen Sie sich?"*
- *"Welche Eigenschaften soll ein besseres Produkt haben?"*

Wenn Sie erkennen, dass der Kunde eigentlich ein anderes Produkt benötigt, das ebenfalls zu Ihrem Angebot gehört, können Sie folgendes fragen:

- *"Was halten Sie davon, auch einmal andere Möglichkeiten in Erwägung zu ziehen? Ich könnte Ihnen da Folgendes vorschlagen ...?"*

Wenn Ihnen Ihr Gesprächspartner, angeregt durch Ihre offenen Fragen, weitere Informationen preisgibt, können Sie auf die Motive schließen, die den Handlungen Ihres Gesprächspartners zugrunde liegen.

Bei anderen Gesprächen fragen Sie hier nach der Einstellung, beispielsweise so:

- *"Was halten Sie von ...?"*

- *"Wie ist Ihre Einschätzung bezüglich ...?"*

- *"Welche Meinung haben Sie zum Thema ...?"*

▲ Welche Motive verbergen sich hinter den Aussagen Ihres Gesprächspartners?

- Sicherheitsbedürfnis
- Risikobereitschaft, Abenteuerlust, Nervenkitzel
- Sparsamkeit, Kostenbewusstsein
- Wirtschaftlichkeit
- Zeitersparnis
- Technikbegeisterung, Wunsch auf dem neuesten Stand zu sein
- Fassen schneller Entscheidungen
- Perfektion, Wunsch nach umfassender Information zu Auswahl des Besten
- Wunsch nach einfachen, praktischen Lösungen / Anwendungen
- Wunsch nach Ästhetik
- Geltungsbedürfnis
- Wunsch, es allen recht zu machen
- _____
- _____

Wie Sie auf die einzelnen Bedürfnisse reagieren wollen, sollten Sie bei der Vorbereitung auf das Telefonat bedenken und in sich Ihrem Gesprächsleitfaden als Alternativmöglichkeiten notieren.

Vorteil für den Gesprächspartner herausstellen

Nachdem Sie die Motive Ihres Gesprächspartners herausgefunden haben, können Sie ihm den Nutzen Ihres Produktes genau auf dieses Motiv ausgerichtet beschreiben. Erklären Sie Ihrem Gesprächspartner, wie Ihr Produkt ihm bei der Verwirklichung seiner Ziele oder Lösung seiner Probleme hilft.

Umgang mit Einwänden und Vorwänden

In dieser Phase der Einwandbehandlung ist es wichtig, Verständnis für die Bedenken Ihres Gesprächspartners zu zeigen, auf ihn einzugehen, ihm aktiv zuzuhören um dann umso besser seine Bedenken entkräften zu können. Welche Formulierungen Sie hierbei verwenden wollen, haben Sie ja bereits vorher überlegt und in Ihrem Gesprächsleitfaden festgehalten.

Je nachdem, wie der tatsächliche Bedarf Ihres Gesprächspartners ist, und je nach Verlauf des Telefonates und der dabei hergestellten Beziehung wird Ihr Gesprächspartner auf Ihre Schilderung des Nutzens reagieren.

Häufig wird Folgendes genannt:

- Keine Zeit!
- Kein Geld!
- Kein Interesse!
- Wir sind bereits versorgt!

Dabei handelt es sich in der Regel um Vorwände, um das Gespräch schnellstmöglich zu beenden. Um herauszubekommen, ob es sich hierbei um Vorwände oder doch um pauschal vorgetragene Einwände handelt, können Sie noch einmal gezielt nachfragen:

- *"Welcher Zeitpunkt passt Ihnen denn besser?"*
- *"Wann wird das neue Budget erstellt?"*
- *"Womit könnte ich Ihr Interesse wecken?"*
- *"Wie sieht denn ein Produkt aus, das für Sie interessant ist?"*
- *"Woran arbeiten Sie denn zurzeit, vielleicht gibt es diesbezüglich interessante Produkte, die wir Ihnen anbieten können oder Möglichkeiten für eine Zusammenarbeit?"*

Wirkt der Gesprächspartner dann immer noch abweisend, ist es vermutlich besser, das Gespräch zu einem anderen Zeitpunkt fortzuführen und direkt zur Schlussphase des Gesprächs überzugehen.

Wenn Sie jedoch merken, dass der Gesprächspartner eigentlich Interesse an Ihrem Produkt hat, jedoch weiterer Klärungsbedarf besteht, dann handelt es sich um Einwände, die er anbringt und auf die Sie reagieren können.

Echten Einwänden fachliche bzw. inhaltliche Argumente entgegen zu setzen, darauf sind Sie bereits ausreichend vorbereitet. Während des Gespräches konnten Sie auch herausfinden, welche Motive Ihr Gesprächspartner hat, dementsprechend können Sie nun Ihre Argumente vorbringen.

Nutzen Sie diese Einwände als Chance, Ihrem Gesprächspartner die für ihn passende Lösung anzubieten. Verwenden Sie drei Argumente, die am besten passen, und die den Nutzen für Ihren Gesprächspartner am besten hervorheben.

Wenn das zentrale Motiv Ihres Gesprächspartners Sparsamkeit ist, wird er sagen: *"Das ist zu teuer!"* In diesem Falle könnten Sie ihm beispielsweise vorrechnen, welche Kosten er durch Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung einsparen kann. Nennen Sie das Argument als Joker zum Schluss, das die größte Überzeugungskraft hat.

Den Gesprächspartner zum gewünschten Ziel geleiten

Geht der Gesprächspartner auf Ihre Argumente ein, kommt der Zeitpunkt, um konkret das Ziel des Telefonats auszusprechen. Sagen Sie z.B., dass Sie einen Termin vereinbaren möchten, eine Information benötigen oder bitten Sie den Gesprächspartner um etwas.

Nur das, was Sie auch aussprechen, können Sie bekommen. Trauen Sie sich, mehr als *"Nein"* sagen kann Ihr Gesprächspartner nicht.

▲ Mit welchem Satz sprechen Sie nun Ihren Gesprächspartner konkret auf Ihr Ziel an?

"Herr XY, _____

_____"

Gesprächsabschluss

Stichwortliste zur Besprechung aller wesentlichen Punkte

Während der Abschlussphase des Telefonates ist es wichtig zu prüfen, ob alle relevanten Punkte besprochen wurden. Hierzu ist es hilfreich, sich stichwortartig in Ihrem Telefonleitfaden zu notieren, welche Themen Sie unbedingt ansprechen wollen. Das hilft Ihnen als Gedankenstütze, um nichts Entscheidendes zu vergessen.

Hier können Sie Ihre **Stichworte für den Gesprächsleitfaden** zusammenstellen:

Ergebnisse zusammenfassen

Vor Abschluss des Telefonates empfiehlt es sich, die Gesprächsergebnisse und die weitere Vorgehensweise kurz zusammenzufassen. Hierzu sind folgende Formulierungen hilfreich:

- *"Wir können also folgendes Ergebnis festhalten: ..."*
- *"Sie schlagen also folgende weitere Vorgehensweise vor: ... , habe ich Sie da richtig verstanden? "*
- *"Herr XY, lassen Sie mich kurz zusammenfassen, wie wir verbleiben wollen: ..."*
- *"Herr XY, wir treffen uns also am 12. Oktober in Ihrem Büro, damit ich Ihnen das Produkt direkt in der Anwendung an Ihrem Arbeitsplatz vorstellen kann."*

Das Telefonat positiv abschließen

Egal ob Sie das Telefonat in Ihrem Sinne erfolgreich führen konnten und Ihr Gesprächsziel erreicht haben oder nicht, empfiehlt sich folgendes, um ein Telefonat positiv abzuschließen:

- Bieten Sie Ihrem Gesprächspartner an, sich bei Fragen gerne direkt persönlich an Sie zu wenden.
- Vereinbaren Sie gegebenenfalls einen Termin für ein Folgegespräch.
- Bedanken Sie sich freundlich für das Gespräch – auch dann, wenn es nicht zu Ihrer Zufriedenheit verlaufen ist.
- Verabschieden Sie sich freundlich von Ihrem Gesprächspartner und vergessen Sie nicht, noch einmal seinen Namen zu nennen.
- Sie können ihm auch einen guten Wunsch zum Abschluss sagen, beispielsweise ihm *eine erfolgreiche Woche* oder *einen schönen Tag* wünschen.

Je positiver Ihr Gesprächsabschluss ist, umso einfacher und besser können Sie bei einem weiteren Gespräch eine gute Gesprächsbasis herstellen und eine positive Beziehung zu Ihrem Gesprächspartner aufbauen.

Orientiert an diesen Gesprächsphasen und ihren Inhalten können Sie Ihren persönlichen Gesprächsleitfaden erstellen.

Gesprächsnachbereitung

Kritische Reflexion Ihres Telefonverhaltens

Nach Ihrem Telefonat ist es empfehlenswert, kritisch zu prüfen, wie das Gespräch verlaufen ist. Folgende Fragen unterstützen Sie dabei:

▲ Was ist zufriedenstellend verlaufen?

▲ Womit sind Sie nicht zufrieden?

▲ Was könnten Gründe dafür sein, dass das Telefonat nicht so gut war, wie Sie erhofft hatten? Wie war die Situation genau im Telefonat und was können Sie beim nächsten Mal besser machen?

Ihr Anruf kam zum unpassenden Zeitpunkt: _____

Besser: _____

Die Gesprächsatmosphäre war nicht gut: _____

Besser: _____

Es gab Störungen auf der Beziehungsebene: _____

Besser: _____

Sie haben den Bedarf nicht richtig abgefragt: _____

Besser: _____

Es gab Missverständnis auf der Sachebene: _____

Besser: _____

Sie haben die Situation des Gesprächspartners falsch eingeschätzt: _____

Besser: _____

Der Gesprächspartner hat missverstanden, wozu Sie ihn bewegen wollten

Besser: _____

Sie haben die Beweggründe und Motive Ihres Gesprächspartners nicht oder falsch erkannt

Besser: _____

Ihre Argumente waren nicht überzeugend _____

Besser: _____

Sie haben den Nutzen für Ihren Gesprächspartner nicht genügend herausgestellt

Besser: _____

Sie haben zu wenig Fragen gestellt

Besser: _____

Sie haben geschlossene Fragen gestellt, auf die der Gesprächspartner einfach mit "Nein" antworten konnte

Besser: _____



- Sie konnten auf Fragen Ihres Gesprächspartners nicht antworten

Besser: _____

- Sie haben Ihrem Gesprächspartner nicht versprochen, sich zu erkundigen und ihn anschließend zu informieren

Besser: _____

- Sie haben zu schnell und zu hoch gesprochen
- Sie haben nur "mit halbem Ohr" zugehört, waren abgelenkt
- Sie haben Ihrem Gesprächspartner nicht klar Ihre Absicht mitgeteilt, sich nicht getraut, zu sagen, was Sie wollen
- Sie haben sich bereits während des Gesprächs gewünscht, es sei beendet
- Sie standen unter Stress während des Telefonates

Besser: _____

Besser: _____

Besser: _____

Inhaltliche Nachbereitung

Hier geht es darum, die Dinge umzusetzen, die im Telefongespräch besprochen, vereinbart oder zur Bearbeitung festgelegt wurden. Der folgende Vordruck unterstützt Sie hierbei.



Vordruck: Nachbereitung von Telefonanrufen

Datum: _____ Uhrzeit: _____

Ihr Gesprächspartner: _____

Firma: _____ Abteilung: _____

Kontaktdaten des Gesprächspartners:

Ihr Name: _____

Anrufgrund: _____

Zusammenfassung der wesentlichen Punkte des Telefonates:

Sollen weitere Personen informiert werden? ja nein

wenn ja, wer? _____

Erneuter Anruf erforderlich? ja, bis wann: _____ nein

Von wem? _____

Was ist zu tun?

Was wird dazu benötigt? _____

Bis wann? _____ Wer macht das? _____