

Klare Strategie

Mit 7 Schritten zum Termin



TRAININGSMACHER

Schritt 1: Die Begrüßung und Vorstellung

Ziel: Der Gesprächspartner wird aus einer dem Anrufer unbekanntem Situation herausgeholt. Daher muss der Anrufer dem Gesprächspartner die Möglichkeit geben, sich auf das Gespräch zu konzentrieren. Der Anrufer möchte die volle Aufmerksamkeit erzielen. Außerdem soll ein Beziehungsaufbau stattfinden.

Variante 1: Frage nach dem richtigen Gesprächspartner – Lob – Name Anrufer und Name Unternehmen

„Spreche ich mit Herrn Michael Meier? – Schön, dass ich Sie erreichen – Sie sprechen mit Ralf Engel von der Volksbank – Guten Tag“

Variante 2: Guten Tag Herr / Frau ... - Frage nach dem richtigen Gesprächspartner - Lob – Name Unternehmen – Name Anrufer

„Guten Tag Herr Maier – Spreche ich mit Herrn Michael Meier? – Schön, dass ich Sie direkt erreiche - Hier ist die Volksbank ..., Sie sprechen mit Ralf Engel.“

Schritt 1: Die Begrüßung und Vorstellung

Gerade am Telefon ist es sehr wichtig in die Welt des Kunden zu gelangen. Argumentationen aus dem Ich-Standpunkt führen eher zu einer Ablehnung. Deswegen ist es sinnvoll, so oft wie möglich aus der Sicht des Kunden zu argumentieren.

Vom Ich zum Sie...

- | | |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| ... Ich rufe Sie an ... | → Der Grund meines Anrufs |
| ... Mein Name ist ... | → Sie sprechen mit ... |
| ... Ich schlage vor ... | → Was halten Sie von ... |
| ... Ich finde wichtig ... | → Sind Sie nicht auch der Meinung ... |
| ... Ich kann Sie gut verstehen... | → Das ist verständlich --- |
| ... Ich möchte Ihnen aufzeigen ... | → Machen Sie sich ein Bild von ... |
| ... Ich schicke Ihnen ... | → Sie erhalten von mir --- |
| ... Ich verspreche Ihnen... | → Sie haben die Garantie ... |

Schritt 2: Grund des Anrufs

Ziel: Spätestens jetzt soll uns der Kunde absolut uneingeschränkt zuhören. Mit einem Ankündigungssatz können Sie das gut erreichen.

Beginnen Sie immer mit „der Grund meines Anrufs:“

Wahrheiten:

Sie sind Kunde unserer Bank / Sie sind Mitglied / Steueränderungen / sonstige Änderungen

Allgemeine Formulierungen:

Es ist meine Pflicht und Ihr Recht, dass ich Sie über dieses wichtige Thema informiere

Verknappung:

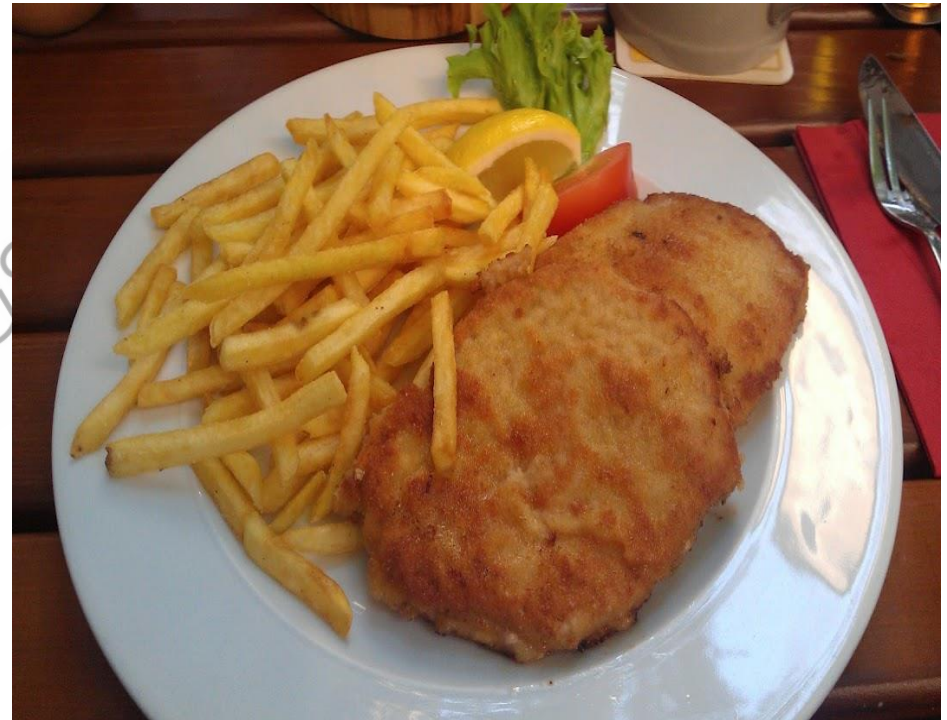
...gleich an Sie gedacht weil die Möglichkeit nur bis zum ... möglich ist.

Selbstverständlichkeit:

...natürlich rufe ich Sie da als Ihr Berater sofort an und informiere Sie so schnell wie möglich

...selbstverständlich sollen Sie auch die Möglichkeit der Information erhalten

Schritt 3: Nutzen – Problem – Vorteil



Schritt 3: Nutzen – Problem – Vorteil

Ziel: Der Anrufer muss dem Kunden sein Angebot schmackhaft machen (Schnitzel). Nur wenn der Kunde innerhalb weniger Sekunden erkennt, dass er von dem Termin einen Nutzen hat, wird er einer Terminvereinbarung zustimmen.

Deshalb ist es wichtig, in der Ansprache immer 2 „Schnitzel“ für den Kunden zu nennen. Diese können mit Klebstoffworten kombiniert werden:

außerdem, gleichzeitig, darüber hinaus, sowohl, zusätzlich ...



Schritt 3: Nutzen – Problem – Vorteil

Beispiel 1: Herr ... es handelt sich um eine Möglichkeit, zukünftig Ihr Geld besser für Sie arbeiten zu lassen und gleichzeitig die letzten vorhandenen Steuervorteile in Anspruch zu nehmen.

Beispiel 2: Herr ... Sie sind ja schon lange Kunden bei uns. Ihren Vertrag gibt es wichtige Änderungen. Sie erhalten bessere Leitungen, außerdem können Sie dabei möglicherweise auch noch etwas Geld sparen.

Beispiel 3: Herr ... da der Gesetzgeber die Rahmenbedingungen immer wieder verändert ist es wichtig, dass Sie Ihre Vorsorge laufend optimieren und darüber hinaus Ihre Beiträge effektiv einsetzen.

Beispiel 4: Herr ... viele meiner Kunden fragen sich, ob es sich überhaupt noch lohnt Geld anzulegen. Es gibt eine sehr gute neue Möglichkeit, bei der Sie mehr Zinsen bekommen als bisher und gleichzeitig Ihr Geld sicher ansparen können.

Schritt 4: Terminfrage

Direkt im Anschluss an die Nutzenargumentation wird die Terminfrage gestellt. Eine Frage wie z.B. „haben Sie Interesse...“ sollte vermieden werden.

„Dazu brauchen wir wenige Minuten. Wann geht es bei Ihnen am Besten?“

„Wann ist dies bei Ihnen möglich in einem Termin zu besprechen?“

„Bei Ihrem Wochenablauf, wann ist der günstigste Zeitpunkt, wann wir uns hier gemeinsam besprechen können?“

„Sollen wir das noch diese Woche oder besser nächste Woche besprechen?“

„Wann geht es bei Ihnen gar nicht?“

„Wollen wir das am Besten morgens oder nachmittags besprechen?“

Worum geht es genau?

Viele Kunden fragen aus Interesse am Telefon nach der Terminfrage nochmals nach. Da eine Ansprache am Telefon nur sehr allgemein und ohne Fachinformationen sein soll, ist eine Nachfrage normal. Jed weniger ich dem Kunden sage, desto besser.

Keine weiteren Fachinformationen geben! Kein Beratungsgespräch am Telefon! Kein Verkaufsgespräch, keine Details am Telefon: Bei Fachfragen vom Kunden auf Termin hinweisen

Lösung 1: Sie wiederholen einfach Ihren Nutzen nochmals.

Lösung 2: „Gerne würde ich Ihnen mehr sagen, nur am Telefon darf ich das wegen dem Datenschutz nicht“

Lösung 3: „ Es geht um eine bessere Geldanlage / ein Vorteilspaket / um eine wichtige Jahresdurchsprache / ein spezielles Angebot nur für Sie

Schritt 5: Einwand

**Der Mensch kann sich
gegen einen Angriff wehren,
aber nicht gegen ein Lob!**



Schritt 5: Einwand

Es gibt normale Standard-Einwände, die vom Kunden immer genannt werden. Dabei kann es sich um eine wahre Aussage oder um einen Vorwand handeln. Richtig vorbereitet spielen Einwände kaum eine Rolle.

Bumerangtechnik:

Es erfolgt eine Bestätigung der Kundenaussage. Danach wird die Aussage aufgegriffen und für die eigene Argumentation genutzt.

Isolationstechnik:

Das Kundenargument wird mit Formulierungen wie „einmal ungeachtet dessen...“ isoliert.

Hypothesentechnik:

Der Kunde wird, auf seine Argumentation hin, gedanklich in eine Situation versetzt in der alle Probleme gelöst und alle finanziellen Schwierigkeiten erledigt sind. Dies gelingt mit „einmal angenommen..., sicher ist Ihnen wichtig, bestimmt legen Sie Wert darauf“

Schritt 5: Einwand

Bumerangtechnik:

keine Zeit... → da geht es mir genau wie Ihnen, ich habe auch wenig Zeit. Gerade darum rufe ich Sie an, um einen Termin mit Ihnen zu vereinbaren, wann wir uns für dieses wichtige Thema gemeinsam Zeit nehmen. Ich habe zwei Termine für Sie reserviert...

Isolationstechnik:

keine Zeit... → einmal unabhängig davon, dass Sie wenig Zeit haben, ist das Thema für Sie von grundsätzlichem Interesse?

Hypothesentechnik:

keine Zeit... → Angenommen Sie würden sehr von dem Angebot profitieren und könnten künftig wesentlich mehr Steuern sparen, hätten Sie dann wenige Minuten Zeit?

Schritt 5: Einwand

Kein Interesse:

Es ist verständlich, dass Sie auf Anhieb wenig Interesse haben, denn es liegen Ihnen noch nicht alle Details vor und Ihr Interesse kann erst geweckt werden, wenn Sie alle Vorteile kennen. Deshalb ist es auch sinnvoll, einen Termin ins Auge zu fassen.

Gut, dass Sie es gleich sagen. Einmal davon abgesehen, dass Sie im Augenblick wenig Interesse haben, so sind Sie bestimmt immer daran interessiert, neue aktuelle Möglichkeiten zum Thema (Schnitzel) kennen zu lernen und zu prüfen. Denn dies ist ja immer ein wichtiges Thema, nicht wahr?



Schritt 5: Einwand

Ich habe keine Zeit:

Es ist verständlich, dass Sie wenig Zeit haben. Dann ist es sicher in Ihrem Sinne, dass wir in wenigen Minuten konkret einmal prüfen, ob unser Angebot für Sie passt. Sie entscheiden danach wie es weiter geht.

Schicken Sie mir erst mal was zu:

Sie haben sicher Recht, dass Unterlagen eine Möglichkeit sind, sich mit dem Thema zu beschäftigen. Gleichzeitig stimmen Sie mir sicher zu, dass Prospekte nur sehr allgemein sind und es ist sicher auch in Ihrem Interesse, ein passendes Angebot zu besprechen. Dafür ist ein persönliches Gespräch sinnvoll. Lässt sich das diese Woche noch bei Ihnen einrichten oder wollen wir auf die nächste Woche ausweichen.

Schritt 6: Erneute Terminfrage

Direkt im Anschluss an die erneute Nutzenargumentation wird die Terminfrage gestellt. Eine Frage wie z.B. „haben Sie Interesse...“ sollte auch jetzt vermieden werden.

„Dazu brauchen wir wenige Minuten. Wann geht es bei Ihnen am Besten?“

„Wann ist dies bei Ihnen möglich in einem Termin zu besprechen?“

„Bei Ihrem Wochenablauf, wann ist der günstigste Zeitpunkt, wann wir uns hier gemeinsam besprechen können?“

„Sollen wir das noch diese Woche oder besser nächste Woche besprechen?“

„Wann geht es bei Ihnen gar nicht?“

„Wollen wir das am Besten morgens oder nachmittags besprechen?“

Schritt 7: Terminfestigung

Wir treffen mit dem Kunden eine **Vereinbarung**. Und wir gehen nie ohne eine verbindliche Vereinbarung aus dem Gespräch.

Vereinbarungen können sein: Termin, wo findet der Termin statt, wann erneuter Anruf, wen brauchen wir für den Termin (Partner)

Zur **Terminsicherung** wiederholen wir nochmals Ort, Zeit, Dauer, was muss der Kunde an Unterlagen mitbringen. Die Frage ob der Kunde sich den Termin gleich notiert hat oder wir eine Bestätigung schicken sollen (99 von 100 sagen „nein passt schon“ oder schreiben es sich spätestens jetzt auf. 1 von 100 möchte (vielleicht aus Sicherheitsgründen, weil der Termin bei ihm zuhause ist und er euch nicht kennt) eine Bestätigung/Erinnerung schriftlich – und da hat es sich dann auch schon gelohnt zu fragen.

Bei der **Verabschiedung** bitten wir den Kunden uns rechtzeitig Bescheid zu geben, falls etwas unvorhergesehenes dazwischen kommt, und sagen ihm gerne nochmal, dass wir uns auf den gemeinsamen Termin freuen.

Impressum und Copyright

Trainingsmacher.de

Ralf Engel

Berliner Allee 29b

79110 Freiburg

www.trainingsmacher.de

kontakt@trainingsmacher.de

Vervielfältigung, Weitergabe und Abdruck nur mit ausdrücklicher Genehmigung.