

Telefonmarketing

LESEN SIE SICH
DIE
HILFE

- Einleitung
- Grundlagen der Kommunikation
- Grundlagen der Gesprächsführung
- Aktiv Hinhören
- Die Fragetechnik
- Telefonregeln
- Passives Telefon-Marketing
- Aktives Telefon-Marketing
- Argumentationstechnik
- Einwandbehandlungstechnik
- Die Abschlussphase
- Kaufsignale
- Abschlusstechnik
- Die Buchstabieralphabeten
- Beobachtungsbogen
- Übungen
- Tages-Clearing

LESEPROBE





Geben Sie folgende Informationen:

1. Ihren Namen und Ihre Funktion im Unternehmen.
2. Welche Tätigkeit üben Sie in Ihrer Tagesarbeit aus?
3. Welche telefonischen Hauptaufgaben haben Sie?
4. Was sind für Sie schwierige Telefonate/Telefonsituationen?
5. Was sind für Sie angenehme Telefonate/Telefonsituationen?
6. Welche Erwartungen haben Sie an das Training?



Marketing bedeutet ...

... Orientierung eines Unternehmens an den Bedürfnissen der Kunden.

Telefonmarketing ist ...

... ein Verkaufsinstrument zur Beeinflussung des Kunden entsprechend den Zielen des Unternehmens.

Telefonmarketing-Gespräche (Dialoge) ...

... mit Interessenten und Kunden werden partnerschaftlich geführt.

Die TM-Kurz-Formel lautet:

TM = **Kundenorientiertes Denken**
 + **Gezieltes Beeinflussen**
 + **Partnerschaftlicher Dialog**



- **Die 5 häufigsten Einsatzbereiche:**

1. Verkauf
2. Nachfassen
3. Terminvereinbarung
4. Neukundengewinnung
5. Reklamationen bearbeiten

- **Die Vorteile:**

- TM ist kostengünstig
- TM ist effizient
- TM schafft Synergie-Effekte

- **Die optimalen Einsatzgebiete:**

- Neukundenakquisition und Terminvereinbarung
- Betreuung von mittleren und kleinen Stammkunden





(Gesetzesgrundlage: UWG / „Verstoß gegen die guten Sitten“)

UWG **untersagt**

- kalte Telefonwerbung
- insbesondere bei **Privatpersonen!**

UWG **erlaubt**

- Anrufe bei Firmen oder Privatleuten, mit denen **Geschäftskontakt** besteht
- Anrufe auf Grund von **Rückantwortcoupons**
- Anrufe bei **Firmen**, wenn der Anruf die eigentliche **geschäftliche Tätigkeit** des Angerufenen betrifft (Grauzone)

Telefonischer Direktverkauf unterliegt dem Widerrufsrecht binnen einer Woche!



Untersuchungen haben gezeigt, dass die akustischen, visuellen und kinästhetischen (erfühlbaren) Signale vom Menschen in folgender Reihenfolge im Gedächtnis behalten werden:

- für das Gelesene ca. 10 %



- für das Gesehene ca. 30 %



- für das Gehörte ca. 20 %



- für das Gefühlte ca. 70 % bis 90 %



Telefonische Kommunikation ist eingeschränkt!



Das Kommunikationsmittel Sprache



Genauere Wortwahl treffen!

Präzise Wortwahl verleiht der Sprache **FARBE**.

