

Inhalt

Telefonvertrieb heute – auf ein Wort	10
Das Unmögliche wird wahr: Von rasanten Entwicklungen bis hin zur Zukunftsvision von Kommunikation	14

TEIL 1

Von Vorbereitung, Nachbereitung und sonstigem Wissenswerten 21

1. Der ideale *Arbeitsplatz* – Traumbild oder Wirklichkeit? 22
2. Wie *Atmung* und Haltung Ihren Telefonerfolg beeinflussen:
Don't take my breath away! 26
3. Weiterentwicklung ausdrücklich erwünscht:
So werden Sie zum *authentischen* Verkaufsprofi am Telefon 36
4. Telefonieren im *Auto*: So sind Sie auf der sicheren Seite 39
5. Ausgelagertes *Callcenter* oder interne Mitarbeiter? 41
6. Bedrohung oder Chance: *Chatbots*
und andere digitale Helferlein in der Kundenkommunikation 46
7. *CRM* (Customer Relationship Management) zur Unterstützung
des Telefonverkaufs 51
8. *DSGVO* – von Sinn und Unsinn der Datenschutzgrundverordnung 53
9. Alles *Einstellungssache*: Mentale Vorbereitung ist das A und O 58
10. *Erfolg* und Motivation am Telefon sind planbar: mit Ihrer persönlichen
Erfolgsstatistik! 63
11. Rund um die Uhr *erreichbar*? 67
12. Telefonisches *Forderungsmanagement*: Bei Anruf Zahlung? 70
13. *Gesprächsnotizen*: Wer schreibt, der bleibt 74
14. Komfortables Telefonieren: Von *Headsets*, Busylights
und komplett integrierten Telefonie-Lösungen 77

15. *Intuition* – und warum es sich lohnt, öfter auf sein Bauchgefühl zu hören 82
16. Von stimmiger *Korrespondenz* bis zur *Prozesserleichterung* 88
17. Professionelle *Nachbereitung* ist beste Vorbereitung für die Zukunft 96
18. Tabus am *Smartphone* 100
19. *Sprachnachrichten* im Business: No-Go oder nützliches Hilfsmittel? 103
20. *Störgeräusche* und der Umgang damit 105
21. *Telefonische Visitenkarte* – warum alle Mitarbeiter fit am Hörer sein sollten 108
22. So bringen Sie sich in Erinnerung: Social Media und „vernetztes“ Telefonieren 113
23. *Videotelefonie* im Vertrieb – von Angesicht zu Angesicht 117
24. Sie sind Ihre *Visitenkarte* – so werden Sie in Ihrem Umfeld wahrgenommen 120
25. *Zeitmanagement* und Wohlbefinden für Vieltelefonierer 126
26. *Zuverlässigkeit* schafft Freude und Freunde – auch bei Telefonaten! 132

TEIL 2

So wird verkauft – Erfolgsstufen in Telefonvertrieb und Akquisition 135

1. Werte- und nutzenfokussiertes Verkaufen 136
2. Vertriebsformen am Telefon: In diesen Situationen profitieren Sie bei Verkauf und Kundenpflege vom Griff zum Hörer 138
3. Telefonverkauf kontra Außendienst: Von Feinden, Freunden und ganzheitlichem Verkaufen 146
4. Verkäufer oder Berater – welcher Typ sind Sie? 149
5. Alles Timing, oder was? 152
6. Get back to me – wann Rückrufe sinnvoll sind 155

7. Erfolgsstufen in vertrieblichen Telefonaten 159
8. Telefonzentrale, Sekretariate, Assistenzen: Menschen wie Sie und ich 164
9. Von wirklichen Entscheidern, Beeinflussern und wertvollen Tippgebern 168
10. Türen öffnen in ein paar Sekunden – mit der richtigen Begrüßung 171
11. Türöffner: So gelingt Ihnen der charmante Gesprächseinstieg 176
12. Galant den Bogen hinbekommen – mit dem „Satz zur Sache“ 178
13. Qualifizierte Terminvereinbarung 185
14. Kunde „droht“ mit Auftrag – Kaufsignale rechtzeitig erkennen! 188
15. (Grund-)Fragearten: Wer nicht präzise fragt, wird kaum schlauer 190
16. Zielorientierte Fragen: So wecken Sie den Bedarf Ihrer Kunden 195
17. Killing Clients softly: Die gefährlichsten Killerfragen und wie Sie sie vermeiden 199
18. „Und was habe ich davon?“ So gelingt die souveräne Nutzenargumentation! 205
19. Angebote zum Anbeißen – mit dem Telefon-Sales-Burger und dem Preis-Sandwich 209
20. „Ja, ich will“: Abschluss- und Vorverkaufsabschluss-Techniken 213
21. Verkaufen um jeden Preis – nein danke! 222
22. Einwand oder Vorwand? So finden Sie es heraus! 229
23. Einwandbehandlung – die heilige Kuh im Vertrieb? 235
24. Verhandlungstaktiken, die Spaß machen 241
25. Verabredungen planen – mit der Vereinbarungskette 249
26. Das Beste kommt zum Schluss: So gelingt der professionelle Gesprächsabschluss! 254
27. Kontaktpflege und Anerkennung 258
28. Von gekonnter Priorisierung, KPIs und den wirklich entscheidenden Werten: So bleiben Sie im Kundenkopf! 261
29. „Darf's ein bisschen mehr sein“: Up- und Cross-Selling 268
30. Empfehlungsmarketing: Durch Mundpropaganda zu neuen Kunden! 271
31. Kuschelcalls und Kunden(ver)bindung 275

TEIL 3

ÜBERZEUGEN AUF GANZER LINIE – MIT RHETORIK, DIE (NICHT NUR) AM TELEFON FUNKTIONIERT 281

Überzeugen auf ganzer Linie – mit Rhetorik, die (nicht nur) am Telefon funktioniert 281

1. Reden ist Silber, doch *aktives Zuhören* ist Gold wert! 282
2. *Anglizismen* am Telefon: Lieber in Maßen statt in Massen! 286
3. *Bewerbung* am Telefon: „Ruf doch einfach an!“ – telefonische Bewerbung für Mutige und Bewerberinterviews für Unternehmen 288
4. „Passt scho!“ – Wie viel *Dialekt* ist am Telefon erlaubt? 294
5. *Ehrlich* währt am längsten 296
6. *Emotionen* hörbar machen: Der Ton macht die Musik! 298
7. *Frauenpower* richtig einsetzen 302
8. *Intros* versus *Extros*: So nutzen Sie geschickt Ihre Stärken im Verkauf! 306
9. *Konditionierung*: Nutzen Sie die positive Kraft von Selbstgesprächen! 310
10. Der Charme der Männer 313
11. Gesprächspartner *nachhaltig* erreichen und in Erinnerung bleiben: vom „Ich“ zum „Sie“ und „Wir“ 315
12. *Reklamationen* souverän managen 320
13. *De-Eskalation* – der Königsweg beim Umgang mit unangenehmen, emotionalen Reklamationen 326
14. *Small Talk*: Mit kleinen Gesprächen zu großen Erfolgen 332

15. Von *sprachlicher Feinheit*, abschreckender Monotonie, Formalitäten – und dem „Tanz der Gesprächsführung“ 337
16. Sehen, hören, fühlen – *Sprachsignale* erkennen und nutzen 341
17. *Sprechgeschwindigkeit*, Girlanden- und Bogensätze – auf das Wie kommt es an! 346
18. Schokolade in der *Stimme* 350
19. *Telefonleitfaden* – Fluch und Segen 353
20. Von *Vielrednern*, *Schweigern* und weiteren Gestalten 356
21. Von nahezu tödlichen bis bezaubernden *Weichmachern* 361
22. Lästige *Werbeanrufe* zuweilen als Spielwiese nutzen und entspannt ins Leere laufen lassen 364
23. *Zauberworte*: von einfach magischen Formulierungen über Anti-Wörter und Killerphrasen 368

Stichwortverzeichnis 378

Anmerkungen 382

Die Autorin 388