

# Inhalt

Vorwort	7
<b>1</b> Telefonieren damals und heute	8
Das hätte Alexander Graham Bell nie gedacht: das Telefon und seine Erfolgsgeschichte	8
Was Kunden erwarten – Telefonieren heute	10
<b>2</b> Besser telefonieren – warum?	12
Selbsttest Inbound (reaktives Telefonieren)	12
Selbsttest Outbound (aktives Telefonieren)	15
Was ist anders am Telefon? Begründungen für Belächeltes!	18
Was hat „Singen“ eigentlich mit Telefonieren zu tun?	21
<b>3</b> Kommunikation am Telefon – Standards für In- und Outbound	22
Verhaltensstandards	23
Formelle Standards	25
Rhetorische Standards – sprachliches Verhalten	30
Entspannter telefonieren mit technischen Hilfen	44
<b>4</b> Inbound: Gespräche professionell entgegennehmen	46
Den Kunden Fall abschließend zufriedenstellen	47
Den Kunden weiterleiten	51
Umgang mit Beschwerden und Reklamationen	57
Datenschutz, Beraterhaftung und Co.	80
<b>5</b> Outbound: Termine und Produkte am Telefon verkaufen	83
Mit System und Struktur zum Erfolg – Organisation meiner Akquise	86
Vor dem Reden Hirn einschalten: Skripte als intelligente Unterstützung	88
Fragetechniken zur Bedarfsermittlung	90
Argumentationsregeln	91
Telefonterminakquise – Ablauf und Beispiele	96
Telefonverkauf	100
Schlagfertigkeit: Umgang mit klassischen Einwänden	101
Umgang mit dem Anrufbeantworter	104
<b>6</b> Cross-Selling-Ansätze erkennen und nutzen	107
Bedeutung des Telefonkontakts für die Kundenbindung	108
Die Sensibilität für den Kundenbedarf erhöhen	109
Weitere Informationen erfragen – Ansätze konkretisieren	111

<b>7</b>	<b>Nachwort – Blick in die Gegenwart – Entwicklungstrends</b>	<b>112</b>
<b>8</b>	<b>Anhang</b>	<b>115</b>
	Übungen	115
	Checklisten/Hilfen	121
	Weiterführende Informationen	124
	 Stichwortverzeichnis	 126