



Tim Taxis

Heiß auf Kaltakquise

So vervielfachen Sie Ihre Erfolgsquote am Telefon
4., vollständig überarbeitete Auflage

Bestseller

—
in der
4. Auflage

HAUFE.

Urheberrechtsinfo

Alle Inhalte dieses eBooks sind urheberrechtlich geschützt.

Die Herstellung und Verbreitung von Kopien ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet.

Heiß auf Kaltakquise

Tim Taxis

Heiß auf Kaltakquise

> 3 Zeilen Abstand

So vervielfachen Sie Ihre Erfolgsquote am Telefon

>

> 2 Zeilen Abstand

>

4., vollständig überarbeitete Auflage

Haufe Group
Freiburg · München · Stuttgart

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Print: ISBN 978-3-648-01991-7 Bestell-Nr. 00454-0001

ePub: ISBN 978-3-648-02179-8 Bestell-Nr. 00454-0100

ePDF: ISBN 978-3-648-04714-9 Bestell-Nr. 00454-0151

Tim Taxis

Heiß auf Kaltakquise

4., vollständig überarbeitete Auflage 2018

© 2018 Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg

www.haufe.de

info@haufe.de

Produktmanagement: Bettina Noé

Lektorat: Nicole Jähnichen

Produktionsunterstützung: text-ur agentur Dr. Gierke

Satz: kühn & weyh Software GmbH, Satz und Medien, Freiburg

Foto Vorder- und Rückseite: Maren Richter

Umschlag: RED GmbH, Krailling

Alle Angaben/Daten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit.

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Inhaltsverzeichnis

Stimmen zum Buch	8
Vorwort zur 1. Auflage	11
Eine neue Akquise-Welt!? Oder: Vorwort zur 4., überarbeiteten Auflage ..	12
Was Ihnen dieses Buch bringt	14
So arbeiten Sie effektiv mit diesem Buch	15
1 Was Sie für Ihren Akquise-Erfolg unbedingt wissen sollten	17
1.1 Hallo, wer ist da? Auf beiden Seiten ist ein Mensch	17
1.2 So mach ich das (n)immer! Eigene Muster erkennen und flexibler werden	18
1.3 So macht er das (n)immer! Musterbrecher in der Kunden-Wahrnehmung	20
1.4 Hören Sie auf zu verkaufen: Stellen Sie den Kunden in den Mittelpunkt	22
1.5 Beziehungsaufbau am Telefon: gerade beim Erstkontakt	25
1.6 Hit oder Shit? Die Magie der Sprache	29
1.7 Der rote Faden im Akquise-Gespräch	34
2 Jawoll, so sind Ihre Auftragsbücher immer voll	37
2.1 Quick & Easy: So planen Sie einzelne Telefon-Aktionen	37
2.2 Die Vertriebspipeline: Planen Sie Ihr Vertriebsergebnis systematisch	40
2.3 So nutzen Sie die Vertriebspipeline in der Praxis	43
3 So geht's immer gut: Anleitung für ein glückliches Hirn	48
3.1 Ja-Kunden, Nein-Kunden, Jain-Kunden	48
3.2 Ihr Umgang mit dem »Nein« – und warum ein »Nein« gut ist	51
3.3 Der Erfolg sitzt zwischen den Ohren	55
3.4 Wie viel Erfolg darf's heute sein?	70
4 Start – Ziel – Sieg: Der Abschluss beginnt mit der Vorbereitung ..	75
4.1 An wen möchten Sie verkaufen? Erstellen Sie Ihr Ideal-Kunden-Profil	75

4.2	Ihr optimaler Ansatz in der Kundenorganisation: Den Entscheider finden	80
4.3	Die Vorab-Recherche: So viel wie nötig und so wenig wie möglich	86
4.4	Ihr optimaler Arbeitsplatz für die Telefonakquise	89
4.5	Stichwort Gesprächsleitfaden: Hilfe oder Ballast?	92
4.6	Der Brief vor dem telefonischen Erstkontakt – das Ende eines Mythos	99
4.7	Bevor Sie den Hörer in die Hand nehmen: Bitte beachten Sie noch dies!	102
5	Der Erstanruf: Vom Empfang übers Vorzimmer zum Entscheider kommen	106
5.1	Die Begrüßung	106
5.2	Die Zentrale – So bekommen Sie Namen und Durchwahl des Entscheiders	110
5.3	»Worum geht es?« So erobern Sie das Vorzimmer	112
5.4	Special: Der Anrufbeantworter – Freund oder Feind?	125
6	Das Entscheider-Telefonat: Mit Sogwirkung Interesse wecken ...	128
6.1	Gesprächseinstiege nach Schema F und warum sie nicht funktionieren	128
6.2	Sogwirkung: neue Gesprächseinstiege, die 100%ig funktionieren ..	129
6.3	Die Kundenergründung: Fragen sind Ihr Weg zum Ziel	143
6.4	Die TAXIS Methode in der Praxis: Überzeugen ohne zu argumentieren	158
6.5	So könnte ein Akquise-Telefonat laufen	166
6.6	Aktives Zuhören: Vom Was zum Wie	168
7	Argumentation aus Kundensicht: Den Nutzen auf den Punkt bringen	170
7.1	Sie wollen einen Termin? Dann hören Sie auf, Ihre Produkte zu verkaufen!	170
7.2	Warum Kunden kaufen und uns Termine, Anfragen und Aufträge geben	172
7.3	Verkaufen ist wie Angeln: Mit Argumentation aus Kundensicht beißt er an	174

8	»Keine Zeit«, »Kein Interesse«:	
	So führen Sie Gespräche gekonnt weiter	183
8.1	Einwandbehandlung: Was Sie konkret beachten sollten	183
8.2	Die häufigsten Einwände und die effektivsten Techniken damit umzugehen	188
8.3	Direkte Anwendung: So funktionieren die Techniken konkret	190
9	Der Abschluss: Wie Sie den Sack zumachen	215
9.1	Sie führen, der Kunde folgt – bis zum gewünschten Ergebnis	215
9.2	So verabschieden Sie sich – und Ihr Kunde wird Wort halten	220
10	Effektive Nachbearbeitung:	
	Im zweiten Schritt doch noch gewinnen	223
10.1	Reflektieren Sie – und steigern Sie Ihre Erfolgsquote kontinuierlich	223
10.2	Wie steht das denn da? Dokumentation Ihrer Ergebnisse	224
10.3	So versenden Sie wirkungsvolle E-Mails und Unterlagen	227
10.4	Runde 2: Nachtelefonieren und Termin bzw. Anfrage sichern!	232
10.5	Angebote nachtelefonieren: So holen Sie den Auftrag!	235
10.6	Für alle Leser, die hier angelangt sind: eine letzte Inspiration für Sie	238
	Stichwortverzeichnis	241
	Literaturverzeichnis	243
	Über den Autor	245

Stimmen zum Buch

Die professionelle Kaltakquise gehört mit zu den wichtigsten und gleichzeitig herausforderndsten Disziplinen im B2B-Vertrieb. Wer hier erfolgreich sein will, braucht die besten Strategien und Methoden. Deutschlands Top-Trainer für Kaltakquise, Tim Taxis, liefert genau diese – und besticht dabei durch Klarheit, Einfachheit und direkten Praxisnutzen. Sie werden dieses Buch nicht mehr aus der Hand legen wollen. Ein Muss für jeden, der in der B2B-Akquise tätig ist.

Dr. Wolfram Häußler, Programm Manager, T-Systems Multimedia Solutions GmbH

Tim Taxis lebt, was er lehrt. Sein Versprechen ist, dass jeder »Heiß auf Kaltakquise« werden kann – und er hält, was er verspricht. Seine konkreten Techniken sind mir eine tägliche Hilfe in meiner Akquise-Arbeit. Dabei sind viele seiner Ansätze so einfach und gleichzeitig effektiv, dass es einen gestandenen Vertriebler schon wundert, dass man von ihm noch so viel lernen kann. Ich freue mich daher, dass er jetzt all sein Wissen über seine Trainings und Vorträge hinaus in Buchform verfügbar macht.

Walter Welker, Gebietsverkaufsleiter Verlage, Bauer Postal Network (Bauer Vertriebs KG)

Wir arbeiten seit mehreren Jahren intensiv mit Tim Taxis zusammen. Gerade für unseren anspruchsvollen Zielmarkt liefert er direkt wirksame Praxis-Methoden, die unsere Vertriebsteams zu noch deutlich besseren Leistungen befähigen. Wir freuen uns, dass er sein Experten-Wissen nun in Buchform veröffentlicht.

Rainer Alberth, Senior Sales Director, Schreiner MediPharm

Deutschlands Top-Trainer, Tim Taxis, ist etwas gelungen, was es schon lange nicht mehr gab: wirklich neue Ansätze in der Kaltakquise zu entwickeln. Diese Ansätze sind dabei so effektiv, dass sie in der Praxis wie selbstverständlich umsetzbar sind. Eben aus der Praxis für die Praxis. Das

Buch vereint Experten-Know-how mit hohem Unterhaltungswert. Es ist Pflichtlektüre für alle, die neue Kunden gewinnen wollen.

Christian Petschik, Director Business Development, arvato Print – a Bertelsmann company

Tim Taxis befreit den Erfolg vom Zufall. Seine Akquise-Methoden sind strukturiert und wirken – gerade in der telefonischen Erstansprache auf Entscheider-Ebene. Sowohl für ›alte Hasen‹ wie auch für Menschen, die frisch in die Akquise starten.

Michael Zollner, Regional Sales Director, ATOSS Software AG

›Heiß auf Kaltakquise!?! Das geht doch gar nicht‹ waren meine ersten Gedanken. Seit Tim Taxis weiß ich aus gelebter Erfahrung: Wie einfach kann doch (Kalt-)Akquise sein, wenn man es sich lang genug schwer gemacht hat. Und noch viel wichtiger: Kaltakquise kann tatsächlich Spaß machen – mir selbst und denjenigen, die ich anrufe! Wie das genau geht, das beschreibt Tim Taxis in seinem Buch. Die Methoden wirken, machen Spaß und man freut sich, wenn man sich von Erfolg zu Erfolg schwingt. Das werden Sie schon beim ersten Lesen dieses Buches spüren.

René Patricio Arndt, CEO, EGM Eventgruppe GmbH

Tim Taxis unterstützt mit seinen Methoden und Werkzeugen nachhaltig meine tägliche Arbeit. Gerade die Kaltakquise war nie meine Lieblingsaufgabe. Hier gibt mir Herr Taxis zahlreiche Hilfestellungen, nimmt meine Vorbehalte und motiviert mich mit seiner sehr erfrischenden Art, dieses Thema mit Spaß anzugehen. Sein neues Buch zeigt all seine Methoden praxisnah auf und ist gerade deshalb sehr wertvoll.

Carsten Selcho, Manager Product Life Cycle Management, Mieschke Hofmann und Partner GmbH – A Porsche Services Company

Ich hätte nicht gedacht, dass Deutschlands Top-Trainer für B2B-Akquise, Tim Taxis, wirklich alle seine Methoden in diesem Buch veröffentlicht. Aber er tut es. In diesem Buch bekommen Sie pures, geballtes Praxis-Know-how

mit sehr vielen konkreten Praxis-Beispielen. Es ist ein einzigartiges Buch. Aus Erfahrung kann ich sagen: wenn Sie ein- und umsetzen, was Sie in diesem Buch finden, werden Sie automatisch noch sehr viel mehr Erfolg in Ihrer Akquise haben.

Hans Joos, Regionalverkaufsleiter Industrie, fischer Deutschland Vertriebs GmbH – Ein Unternehmen der Unternehmensgruppe fischer

Im Rahmen von Trainings für Vertriebsmitarbeiter arbeite ich bereits seit Jahren erfolgreich mit Tim Taxis zusammen. Aufgrund der Praxisnähe seiner Methoden erhalte ich regelmäßig sehr positives Feedback von meinen Mitarbeitern und schätze deshalb die Zusammenarbeit mit Tim Taxis sehr. Beeindruckend ist vor allen Dingen der Vorher-Nachher-Effekt. Gerade bei Mitarbeitern, die sich bislang bei der Kaltakquise unsicher und unwohl gefühlt haben, findet ein echter Wandel statt. Sie sind nach den Trainings nicht nur wesentlich erfolgreicher, sondern haben vielmehr auch echten Spaß am Erstkontakt in der Neukundengewinnung. Und aus meiner Sicht ist die Grundlage für langfristigen Erfolg der Spaß an den Dingen, die jeder von uns täglich zu erledigen hat.

Marco Schlüter, Senior Vice President Sales & Business Development Central Europe, CEVA Logistics

Tim Taxis ist ein etwas anderer Trainer: Seine Techniken sind nicht nur neu, sie funktionieren, konsequent angewendet, auch sehr gut in der Praxis. Weil sie konkret, einfach und gleichzeitig für jeden Verkäufer authentisch umsetzbar sind.

Christian Keintzel, Leitung Vertrieb, Bechtle direct GmbH

Es gibt unzählige Bücher für Vertrieb und Akquise. Mein Eindruck ist: Sie bieten nur alten Wein in neuen Schläuchen. Ganz anders dieses Buch. Hier finden Sie Ansätze und Methoden, die Sie sicher noch nicht kennen. Gerade im Dienstleistungsgeschäft auf Entscheider-Ebene vermögen sie Türen zu öffnen, die bislang noch verschlossen waren.

Chris Debner, Senior Manager EMEA Tax Center, Ernst&Young

Vorwort zur 1. Auflage

Lassen Sie mich gleich zum Punkt kommen: Sie halten gerade ein Akquise-Buch in den Händen, zu dem Sie scheinbar eine Fülle an Alternativen in den Regalen finden. Warum sollten Sie dennoch genau dieses Buch lesen?

Ganz einfach: weil ich Ihnen verspreche, dass Sie die Kaltakquise danach mit ganz anderen Augen betrachten werden. Mehr noch: Die meisten von Ihnen werden durch das Lesen dieses Buches sogar »Heiß auf Kaltakquise«.

»Das geht doch gar nicht ...«, denken Sie jetzt vielleicht. Doch, es geht! Dieses Buch und seine Akquise-Ansätze sind nämlich vielfach anders als die bislang bekannten Herangehensweisen: Es geht dabei eben nicht um Argumentieren und Überreden – denn diese klassische Vorgehensweise löst nur die Abwehr-Haltung der Kunden aus! Nein, es geht um Kommunikation von Mensch zu Mensch, um Wertschätzung und Akzeptanz. Sie werden mit diesen Methoden ganz natürlich auf Augenhöhe akquirieren können – und gleichzeitig überdurchschnittlich erfolgreich sein!

Schon lange baten mich Kunden, Geschäftspartner und Freunde, mein Wissen zwischen zwei Buchdeckel zu bringen. Mein Anspruch war und ist allerdings: Mein Buch muss einen echten Mehr-Wert bringen. Und so lange ich lediglich »ein weiteres Vertriebs- bzw. Akquise-Buch« hätte schreiben können, so lange habe ich keines geschrieben.

Jetzt ist der Moment gekommen: In unzähligen Akquise-Gesprächen entwickelt und erprobt, von tausenden Trainingsteilnehmern umgesetzt und verfeinert, sind diese Akquise-Ansätze nun so einfach wie effektiv. Sie funktionieren. Für Sie persönlich. Authentisch und jederzeit wiederholbar.

Dies ist *Ihr* Praxis- und Trainings-Buch, *Ihr* praktischer Helfer! Es ist ein echtes Trainingsprogramm aus der Praxis für die Praxis. Fangen Sie an, bleiben Sie dran – und werden Sie als logische Konsequenz ein Meister der Kaltakquise.

Das wünsche ich Ihnen von ganzem Herzen!

Ihr Tim Taxis

Eine neue Akquise-Welt!? Oder: Vorwort zur 4., überarbeiteten Auflage

Seit »Heiß auf Kaltakquise« vor sechs Jahren erstmals erschienen ist, hat sich eine Wandlung vollzogen: In allen B2B-Branchen haben Unternehmen, Manager, Selbstständige und Angestellte im Vertrieb damit begonnen, den telefonischen Erstkontakt mit anderen Augen zu sehen. Ein wahrer Bewusstseinswandel hat sich seitdem eingestellt: Wo zuvor noch Abneigung gegenüber der Kaltakquise herrschte, öffnen sich die Menschen jetzt und erzielen plötzlich Erfolgsquoten, die früher praktisch unmöglich waren.

Das zeigen auch die vielen E-Mails, die ich täglich von meinen Lesern erhalte. Sie berichten von unglaublichen Ergebnissen: Die meisten realisieren mit den Methoden dieses Buches Erfolgsquoten bis zu 50% und teilweise sogar noch darüber. Und das in der telefonischen Kaltakquise! Stellen Sie sich das mal vor! Für viele tausend Menschen ist das seit einigen Jahren bereits gelebte Realität.

Woran liegt das? Wie kommt all das zustande? Sind es die Methoden? Jein! Natürlich, die Methoden, die Sie in diesem Buch finden, sind wirklich neu. Zudem einfach und hoch effektiv. Aber nur diejenigen unter Ihnen werden von diesem Buch maximal profitieren, die sich den Gedanken erlauben, dass die Akquise künftig einfach und erfolgreich sein darf! Und dass Akquise Spaß machen kann: Ihnen und den Kunden! Wer dies gedanklich nicht zulässt, dem kann dieses Buch, dem kann ich als Akquise-Experte nicht helfen.

Für alle anderen gilt, was tausende Menschen bereits vorleben: Auch Sie, liebe Leserin, lieber Leser, werden mit diesen Methoden so viele Kunden akquirieren, wie Sie sich das wünschen. Wenn Sie das Buch ganz (aufmerksam) lesen – und danach in die Umsetzung gehen!

Schon in der Erstausgabe war meine gesamte Akquise-Expertise enthalten. Seitdem habe ich mit tausenden weiteren Teilnehmern in Vorträgen und Akquise-Trainings gearbeitet. Aus all diesen Feedbacks sind zusätzliche wertvolle Ansätze entstanden. Zudem habe ich bestehende Methoden weiter verfeinert. Ich habe mich in dieser neuen Ausgabe deshalb intensiv darum bemüht, alles in Art und Inhalt so zu integrieren, dass Sie damit noch leichter lernen und noch erfolgreicher sein können.

Als Autor meine ich, meinen Teil der Verantwortung für Ihren künftigen Erfolg bestmöglich erfüllt zu haben. Das Ergebnis halten Sie in Händen. Jetzt ist es an Ihnen! Deshalb: Viel Spaß und Inspiration beim Lesen dieses Buches – und dann noch mehr Erfolg und Freude bei der Umsetzung! Das wünsche ich Ihnen von Herzen!

Ihr

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Tim T. A. B." with a stylized flourish at the end.

Was Ihnen dieses Buch bringt und wie Sie damit ganz selbstverständlich lernen

Wenn Sie dieses Buch erwerben und seine Inhalte umsetzen, dann werden Sie ...

- authentisch und ganz selbstverständlich überdurchschnittliche Erfolge in der (Kalt-)Akquise am Telefon erzielen.
- keine manipulativen Techniken lernen, sondern eine natürliche Herangehensweise – von Mensch zu Mensch auf Augenhöhe.
- ein neues Bewusstsein erlangen für das, was gemeinhin »Kaltakquise« heißt, und verstehen, was in der Akquise funktioniert bzw. was nicht – und warum.
- Ihre vielleicht noch bestehenden Hemmungen in das sichere, gute Gefühl verwandeln: Ich kann Akquise!
- Sie werden zu jeder Zeit in der Lage sein, neue Kunden aus eigener Initiative zu gewinnen!

Denn: Kaltakquise kann tatsächlich einfach sein. Sehr viel einfacher, als wir denken. Und sie kann Spaß machen. Ihnen und dem Angerufenen! Glauben Sie nicht? Da versteh' ich Sie. Deshalb: Seien Sie umso mehr gespannt und lassen Sie sich überraschen. Lesen Sie einfach weiter – und freuen Sie sich auf all das, was Sie in diesem Buch entdecken werden!

Es wird Ihr Bewusstsein für die Akquise und auch die Erfolge, die Sie von nun an erzielen können, nachhaltig verändern.

So arbeiten Sie effektiv mit diesem Buch

- Die Kapitel 1 bis 3 verdeutlichen die Prinzipien, die hinter der Wirkungsweise effektiver Kaltakquise stehen. Die Kapitel 4 bis 10 zeigen Ihnen ganz konkret, wie genau Sie diese umsetzen – inklusive ausformulierter Gesprächsbausteine: 100% Praxis!
- Sie bekommen eine Fülle von Angeboten, wie Sie in jeder Phase des Akquise-Gesprächs erfolgreich agieren können. Stellen Sie sich eine große Blumenwiese vor (meine Angebote an Sie), die voll von schönen, unterschiedlichen Blumen ist (die konkreten Methoden und Techniken). Nicht jedem Leser werden dieselben Blumen gefallen, d.h., jeder wird sich seinen ganz eigenen, individuellen Strauß zusammenstellen. Das ist mir wichtig, denn Authentizität ist das A & O. Sie sollen so bleiben, wie Sie sind und sich nicht verbiegen müssen.
- Sie können sich diejenigen Kapitel einzeln herauspicken, die Sie spontan am meisten interessieren. Meine Empfehlung lautet jedoch: Lesen Sie dieses Buch beim ersten Mal von Anfang an und Kapitel für Kapitel. Das bringt Ihnen den größten Nutzen!
- Sie werden im Buch auf eine Dame aus dem Vertrieb treffen: Anna Sommer. Frau Sommer stellt stellvertretend für Sie als Leser konkrete Fragen zu den jeweiligen Inhalten. Dieses interaktive Element unterstützt Sie bei Ihrer gedanklichen Vertiefung. Ich stelle Ihnen Frau Sommer bewusst nicht näher vor, damit die Protagonistin – wie bei jedem guten Buch – in Ihrer Erlebniswelt als Leser verbleibt und Sie sich Ihr eigenes Bild von ihr machen können.
- Alle Inhalte in diesem Buch können Sie sowohl für die telefonische Vereinbarung qualifizierter Termine als auch für das Telesales, also den Verkauf über's Telefon, einsetzen. Wo sich Vorgehensweisen und Techniken unterscheiden, gehe ich explizit auf die Unterschiede ein.
- Wichtig: Sie bekommen kostenlos zusätzlich zum Buch praktische Checklisten und Hilfsmittel in digitaler Form. Dazu gehen Sie einfach auf www.tim-taxis-trainings.de, klicken auf »Downloads« zu diesem

Buch und geben Ihren Namen und Ihre E-Mail-Adresse ein. Sie erhalten dann eine E-Mail mit dem Zugangslink zu allen zusätzlichen Inhalten zum Buch.



Überall, wo es solche Downloads im Buch gibt, erkennen Sie dies am nebenstehenden QR-Code.

- Nutzen Sie ein Smartphone? Dann scannen Sie gern die QR-Codes zu den Zusatz-Angeboten. Einfach den Codereader darauf richten und los geht's!
- Schließlich zeigt Ihnen ein weiteres Icon ein besonders hilfreiches Buchelement an: In den Dialogbeispielen aus der Praxis finden Sie sicher sofort die eine oder andere Situation wieder, in die Sie jeden Tag bei Ihrer Akquise-Arbeit geraten – und dazu gleich auch nützliche Formulierungen, um die Situation aufzulösen und besser voranzukommen.
- Da das Buch ein Praxis- und Trainingsbuch ist, haben Sie in den einzelnen Kapiteln die Möglichkeit, sich eigene Notizen zu machen.



Aus **Gründen der Lesbarkeit** und der Verständlichkeit habe ich mich bei mehreren Möglichkeiten jeweils für *eine* entschieden. So verwende ich durchgängig

- die männliche Form. Gleichzeitig möchte ich gerade auch die Damen im Vertrieb ansprechen, von denen es leider immer noch zu wenige gibt. Das wird sich in den nächsten Jahren hoffentlich ändern.
- das Wort »Produkte«, das sämtliche nicht-physische Dienstleistungen selbstverständlich mit einschließt.
- die Bezeichnung »Kunde«, obwohl es sich in der Akquise-Phase ja korrekterweise um Interessenten, Leads, Prospects oder Bald-Kunden handelt.
- die Formulierung »Termin«. Damit ist immer ein qualifizierter Termin gemeint, d.h., Sie treffen die richtige Person und beide Seiten wissen konkret, worum es geht.

1 Was Sie für Ihren Akquise-Erfolg unbedingt wissen sollten

Was Ihnen dieses Kapitel bringt

Sie bekommen in diesem Kapitel genau die kommunikationspsychologischen Prinzipien an die Hand, die in einer so speziellen Kommunikationssituation wie der Kaltakquise effektiv wirken. Sie erfahren ganz konkret, was funktioniert – und warum. Dieses Wissen stellt die Basis zum weiteren Verständnis der in den folgenden Kapiteln beschriebenen Praxis-Methoden dar.



1.1 Hallo, wer ist da? Auf beiden Seiten ist ein Mensch

Zu Beginn meiner Akquise-Trainings bitte ich immer zwei Teilnehmer nach vorne. Sie setzen sich Rücken an Rücken auf zwei Stühle – beim Telefonieren sehen sie den Angerufenen ja auch nicht. Dann bekommen sie zwei Hörer in die Hand, die über eine Telefon-Spiralschnur miteinander verbunden sind. Stellen Sie sich diese Situation einmal bildlich vor:

Wenn Sie den Menschen gewinnen, gewinnen Sie auch den Kunden.



Abb. 1: Auf beiden Seiten ist ein Mensch

In meinen Trainings frage ich nun die Teilnehmer, was das Wesentliche an dieser klassischen Kaltakquise-Situation ist. Was meinen Sie? Klar: Die beiden können sich nicht sehen und wissen jeweils nicht, was der andere denkt. Aber das ist nicht das Entscheidende!

Nach einiger Zeit kommt meist die Antwort: »Die beiden sind über's Telefon miteinander verbunden«. Und wer sind »die beiden«? Genau, es sind Menschen!

Das Wesentliche bei der Akquise ist also, dass zwei Menschen über das Telefon miteinander verbunden sind. Oder anders ausgedrückt: Auf beiden Seiten ist ein Mensch. Auf den ersten Blick ist diese Erkenntnis profan – auf den zweiten kommt es daher an! Denn: Was bringt uns diese Erkenntnis?

Wenn bei der Akquise zwei Menschen miteinander verbunden sind, dann heißt das: Da ist kein »Nein-Sager«, kein »Abwimmler«, kein »Vorzimmer-Drache« am anderen Ende, sondern eben ein Mensch. Wie Sie und ich.

Was wollen wir Menschen? Jeder möchte – ganz einfach ausgedrückt –, dass es ihm gut geht. Das kann gerade auch im Business-Alltag im Büro bedeuten: Wir möchten eine angenehme Zeit verbringen – und nicht das Gegenteil. Und wir möchten sinnvolle, nützliche Dinge tun, die nach Möglichkeit auch Freude bereiten sollten.

Sorgen Sie also dafür, dass der Mensch am anderen Ende das Gespräch mit Ihnen als angenehm empfindet (Beziehungsebene). Wenn Sie dann auch noch etwas für ihn haben, das er als für seinen Job bzw. seine Arbeitsziele als hilfreich erachtet (Inhaltsebene), dann werden Sie erfolgreich sein! Wenn Sie den Menschen gewinnen, dann gewinnen Sie auch den Kunden!

1.2 So mach ich das (n)immer! Eigene Muster erkennen und flexibler werden



Übung 1: Die Macht der Gewohnheit

Legen Sie jetzt bitte das Buch vor sich hin, auf den Tisch oder auf Ihre Beine, sodass Sie beide Hände frei haben und gleichzeitig weiterlesen können.

Und jetzt verschränken Sie bitte Ihre Arme vor der Brust. Ganz normal, so wie Sie es immer machen. Haben Sie? Gut. Dann schauen Sie mal, welcher Arm über dem anderen liegt und merken sich dies bitte.

Nun öffnen Sie Ihre verschränkten Arme wieder und lassen Sie sie rechts und links von Ihrem Körper herunterbaumeln.

Verschränken Sie nun Ihre Arme einfach mal andersrum, also genau umgekehrt wie sonst. Bleiben Sie bitte noch kurz in dieser neuen Position, während Sie weiterlesen.

Wie geht es Ihnen dabei? Wie fühlt sich das an? Ungewohnt? Seltsam? Vielleicht sogar unangenehm?

Wie Gewohnheiten und Muster entstehen und uns prägen

Die meisten Menschen müssen sich bei dieser Übung konzentrieren – und trotzdem klappt es auf Anhieb nicht wirklich einfach. Grund: Wir alle haben Gewohnheiten, sogenannte Verhaltensmuster. Diese zu verlassen, sie zugunsten von neuem Verhalten zu brechen, ist zunächst schwierig. Es fühlt sich nicht so selbstverständlich, weil anders, an. Wie kommen solche Gewohnheiten zustande?

Wenn wir eine Sache zum ersten Mal machen, dann verknüpfen sich Nervenzellen, Synapsen, miteinander. Eine solche Verbindung – ein neues Programm – entsteht meist unbewusst. Sehr früh in Ihrem Leben haben Sie zum ersten Mal Ihre Arme verschränkt und sich dabei darauf programmiert, dies in einer bestimmten Reihenfolge zu tun. Bei jedem weiteren Mal ist dann dieses Programm unbewusst abgelaufen. Sie haben sich wahrscheinlich nie Gedanken darüber gemacht, oder?

Dieser Prozess läuft ab bei allem, was wir denken, fühlen, tun. Gerade auch in der Kaltakquise. Bleibt er unbewusst, haben wir keine Alternative. Wir agieren und reagieren dann auch in konkreten Akquise-Gesprächssituationen nach starren Mustern – selbst wenn diese nicht zielführend sind.

Es ist deshalb ungemein wichtig, dass Sie Ihre Muster in jeder Gesprächsphase erkennen und reflektieren! Seien Sie von nun an achtsam und bewusst in Ihrem Denken und Handeln! Erkennen Sie hinderliche Muster und erarbeiten Sie sich mit den Methoden in diesem Buch Verhaltensalternativen für mehr Flexibilität und damit mehr Erfolg.

Eigene Muster erkennen und wo nötig brechen

Die Techniken, die Sie nun kennenlernen, werden vielfach neu für Sie sein. In der Übung oben mussten Sie sich darauf konzentrieren, die Arme andersherum zu verschränken. Das fühlte sich vielleicht sogar fremd an. Nicht anders wird es Ihnen mit den neuen Verhaltensweisen in der Akquise gehen – auch und obwohl Sie schon beim Lesen merken werden, wie einfach und effektiv sie sind.

Wenn Sie sie erstmals einsetzen, dann wird es nicht sofort wie selbstverständlich funktionieren. Allerdings bedeuten anfängliche Schwierigkeiten natürlich nicht, dass Sie die neuen Methoden nicht authentisch in Ihr Repertoire integrieren könnten. Ihr bisheriges Muster ist einfach noch stark – und das neue Verhalten müssen Sie erst üben. Das ist ein völlig natürlicher Lern-Prozess, genau wie beim Erwerb einer Fremdsprache oder beim Erlernen eines Instruments.

Nach einigen Malen des Umsetzens können Sie die Ernte Ihrer Arbeit dann allerdings schon bald genießen: Sie haben zielgerichtete, neue Muster angelegt, die Sie nun situativ flexibel einsetzen können. Sagen Sie also ganz bewusst »Ja!« zur anfänglichen Unsicherheit und nehmen Sie sie an. Sie werden kontinuierlich erfolgreicher, weil Sie bewusst reflektieren und entscheiden, was Sie tun und wie Sie es tun.

1.3 So macht er das (n)immer! Musterbrecher in der Kunden-Wahrnehmung

Durchschauen Sie die Reaktionsmuster Ihrer Kunden

Aber nicht nur wir selbst haben (Verhaltens-)Muster. Natürlich haben auch die Kunden Muster. Und zwar Muster in ihrer Wahrnehmung. Kommt ein gewisser Reiz wie die altbekannten Gesprächseinstiege nach Schema F, erfolgt meist eine automatisierte Reaktion wie z. B. Ablehnung. Sie kennen sicherlich solche und ähnliche Gesprächseinstiege.



Beispiele: So bitte nicht!

Verkäufer: »Guten Morgen, die Firma Müller, Maier hier. Haben Sie grade ein paar Minuten Zeit für mich?«

Kunde: »Nein ...«

Oder:

Verkäufer: »Guten Morgen, Firma Müller, mein Name ist Maier. Wir sind ein führender Hersteller von XY und ich wollte mal hören, ob es nicht die Möglichkeit gibt, unsere Produkte vorzustellen ...«

Kunde: »Nein danke, wir sind bereits gut versorgt ...«

Ich nenne dieses Prinzip den »Klick-Surr-Effekt«. Was bedeutet das? Sicher sind Ihnen noch die alten Kassettenrekorder von früher bekannt. Die hatten vorne einige Tasten und auf einer stand »Play«. Jedes Mal wenn Sie »Play« gedrückt haben (klick), lief das eingelegte Kassettenband ab (surr). Sehr verlässlich ...

Der Klick-Surr-Effekt in der Akquise – auf Schema F folgt Ablehnung

Dieser Effekt wirkt in genau derselben Weise in der klassischen Kaltakquise. Wenn Sie mit Schema F starten, erkennt der Angerufene sofort »Ach je, da will mir jemand was aufschwätzen«. Dadurch drücken Sie unbewusst seinen Abblock-Knopf (klick) und direkt läuft die Kassette ab (surr) »Best of Abblocken – Greatest Hits«.

Zur Verdeutlichung ein Beispiel: Viele von uns kennen den Kundeneinwand »Keine Zeit«. Was steht genau dahinter? Jeder Mensch hat Zeit. Viel Zeit. 24 Stunden, 1.440 Minuten, jeden Tag. Aber wir haben oft den Eindruck, dass wir für die Dinge, die uns gut tun oder von denen wir profitieren, zu wenig Zeit haben. Deshalb sortieren wir in Sekundenbruchteilen unbewusst nach »Will ich« oder »Will ich nicht«.

Für unseren Akquise-Erfolg bedeutet das: Wenn wir schlecht ins Gespräch starten, denkt der Angerufene »Der will mir nur was andrehen«, und reagiert mit »Keine Zeit«, »Kein Interesse« oder Ähnlichem.

Das ist dann ein sogenanntes Ablehnungs-Nein (also ein »Nein« auf der Beziehungsebene), kein Informations-Nein. Der Kunde hat schlicht keine Lust auf ein schlechtes Akquise-Telefonat. Zeit hat er – nur eben gefühlt zu wenig für das, was ihm wichtig erscheint. Und offensichtlich gehört ein solches Akquise-Telefonat nicht dazu.

Sobald es uns aber gelingt, den Abblock-Knopf des Angerufenen gar nicht erst zu drücken, erhöhen wir unsere Chancen massiv. Ablehnungs-Neins

werden dann die Ausnahme. Und überlegen Sie jetzt mal, was das für Ihren Akquise-Erfolg bedeuten wird!

Wie das genau funktioniert, lesen Sie in diesem Buch im Detail. Zunächst sollten Sie aber klar verstehen, welche Prinzipien in der Kaltakquise greifen.

1.4 Hören Sie auf zu verkaufen: Stellen Sie den Kunden in den Mittelpunkt

Verstehen Sie mich bitte richtig: Sie wollen und sollen verkaufen! Nur: Wenn Sie es auf die althergebrachte, in der Praxis meist anzutreffende Weise tun, werden Sie nicht den Erfolg haben, der für Sie möglich ist. Indem Sie aufhören zu verkaufen, werden Sie erfolgreich verkaufen. Was meine ich damit?

Dass Verkäufer zu viel reden – oft noch dazu an der falschen Stelle – und zu wenig zuhören, ist ein bekanntes Vorurteil, das leider keines ist. In der Praxis trifft es häufig zu. Einer der wichtigsten Auslöser für den Klick-Surr-Effekt ist genau dieser Aspekt.



Ein Beispiel aus dem Privatleben

Stellen Sie sich vor, Sie hätten ein wunderschönes Geschenk für Ihren Partner gekauft. Zufällig treffen Sie auf dem Weg nach Hause einen guten Freund, dem Sie es unbedingt zeigen möchten. Würden Sie es ihm mit den Worten präsentieren: »Schau mal, was mir Tolles verkauft worden ist?« Nein!

Sie würden vielmehr sagen »Schau mal, was *ich* Tolles *gekauft* habe, was *ich* gefunden habe, was *ich* ausgesucht habe.«

Denn: Niemand bekommt gerne etwas *verkauft*. Sonst kommt er sich nämlich für dumm verkauft vor. Aber selbst entscheiden – und kaufen – das tut jeder gerne.

Was heißt das für Ihre Kaltakquise? Schauen wir uns an, woran jemand erkennt, dass ihm etwas verkauft werden soll.

Noch ein Beispiel aus dem Privatleben

Sie gehen in ein Geschäft und möchten sich einen Kühlschrank kaufen. Sie steuern die Abteilung mit den Kühlschränken an und sehen einen weißen Quader nach dem anderen. Sie kommen zu dem Schluss, dass Sie lieber beraten werden wollen. Da kommt er auch schon, der Verkäufer: »Kann ich Ihnen helfen?« »Ja«, sagen Sie, »ich interessiere mich für einen Kühlschrank.« »Ah, dann schauen Sie gleich hier, das ist unser aktuelles Top-Angebot: Ein richtig guter Kühlschrank, von Bosch, Energieeffizienzklasse A+, mit extra Gefrierfach und wechselbarem Türanschlag. Den gibt's nicht nur in dieser Farbe Weiß, sondern auch in Silber.« Was geht jetzt in Ihnen vor? Sie merken, dass dieser Verkäufer kein wirkliches Interesse an Ihnen, Ihren individuellen Wünschen und dem für Sie besten Produkt hat. Oder anders gesagt: Er will Ihnen nur was verkaufen im Sinne von aufschwätzen.



Wenn ein Mensch – zum Beispiel ein Verkäufer – an einem anderen Menschen – zum Beispiel einem Kunden – wirkliches Interesse hat, dann stellt er Fragen und geht individuell auf den anderen ein. Er will ihn und seine Wünsche verstehen. Erst im Anschluss, wenn er ein klares Verständnis davon bekommen hat, was der Kunde wünscht, schlägt er eine Lösung, ein Produkt vor.

Perspektivwechsel:
Ersetzen Sie Sagnetech-
niken durch Frage-
techniken

Er startet also nicht ins Gespräch, indem er Argumente für sein Produkt liefert, bevor er etwas vom Kunden weiß. Er stellt nicht sein Produkt oder seinen Verkaufsabschluss in den Mittelpunkt, sondern den Kunden. Das ist ein echter Perspektivwechsel. Und darum geht es.

Erinnern Sie sich: Wer den Kunden gewinnen will (Business), muss zuerst den Menschen gewinnen (Beziehung). Beziehung kommt vor Business! Und dabei gilt: Argumente in einer frühen Phase schließen den Geist, Fragen hingegen öffnen ihn! Durch Ihre Fragen wird sich der Mensch am anderen Ende der Leitung (für Sie und Ihr Anliegen) öffnen.

Wenn Sie größtmöglichen Erfolg haben wollen, dann verkaufen Sie bitte »anders als alle anderen«, indem Sie sich diese Haltung zu eigen machen: Es geht zunächst nicht um Sie, es geht um den Kunden!

Aber in der Praxis machen die meisten Verkäufer genau die Dinge, die dann zu dem führen, was sie am meisten fürchten: Ablehnung. Sie starten mit Sagnetech-
niken – Argumenten für sich, ihr Unternehmen, ihr Produkt – in das Gespräch, anstatt mit Fragetechniken zu arbeiten. Dabei wählen sie