
Praktische Erfolgstitps für effektive Business-Telefonate



Telefon-Tipps

Die Macht der Sprache am Telefon nutzen

Erfolgstitps-effektive-Business-Telefonate

1

Günter Umbach

Selbständiger Berater, Trainer, Autor, Coach für Healthcare-Firmen

18 Jahre Erfahrung in Kunden-Akquise und -Bindung:
Online, Face-to-Face, Telefon

2

Ziel

Wenn Sie

- einige Stacheldraht-Worte vermeiden
- einige Formulierungen effektiver machen
- bessere Fragen stellen
- mehr zuhören
- zufriedenerere Kunden haben

wird sich das Training für Sie gelohnt haben

3

Nur Empfehlungen

Es gibt viele Wege nach Rom
Passen Sie die Tipps an
Ihren persönlichen Stil an.

4


Inhalt: Punkte

- Wen anrufen (CRM)
- Stimme
- Struktur
- Zuhören
- Wortwahl
- Eröffnungen
- Zu vermeidende Punkte
- Call to action
- Weitere Themen

5



6



"Überzeugend sein" ?

Sie sind ja nicht der typische "Telefonverkäufer"

7

"Telefon-Skills"

Ein Handwerk,
das man lernen kann

...


8

Vorteil für Sie

Sie werden automatisch
besser bei zukünftigen
Face-to-Face-Meetings

9

Technisches




Headset


10

3 Ebenen: Wert bringen


Menschlich (Beziehung)



Sache (Daten)



Transaktion (Business)



Sie wollen *nie* "einfach so mal informieren" ...

3 Gründe, warum Sie anrufen

Zwischenmenschliche Ebene: Gefühle
Beziehung festigen, Wohlwollen, Gewogenheit

3 Gründe, warum Sie anrufen

Zwischenmenschliche Ebene: Gefühle
Beziehung festigen, Wohlwollen, Gewogenheit

Sach-Ebene: Unterstützung geben
Sie helfen dem Empfänger, ein Problem zu lösen

3 Gründe, warum Sie anrufen

Zwischenmenschliche Ebene: Gefühle
Beziehung festigen, Wohlwollen, Gewogenheit

Sach-Ebene: Unterstützung geben
Sie helfen dem Empfänger, ein Problem zu lösen

Transaktions-Ebene: Eine Handlung auslösen
- "Ja" zum Empfang von Mustern oder Besuch
- Emailadresse bzw. "Informed Consent" einholen
- Mitglied in einer Gruppe werden
- Dokumente downloaden ...

Um Früchte zu tragen,
ist die Reihenfolge ...

- 1
- 2
- 3

Idealerweise machen Sie auf
allen drei Ebenen Fortschritte

Ihre innere Haltung

Empathie
Wohllollen
Verständnis
Zuversicht
(aber **keine** Arroganz)

Empathie

Einfühlen

Da kann ich
Sie gut verstehen

Nehmen Sie auch das wahr,
was nicht offen gesagt wurde
...

"Rapport"

Die emotionale Betriebs-
temperatur messen

"Ankoppeln und Mitschwingen"

Nichts macht Leute glücklicher
als das Gefühl, dass Sie an
deren Wohlergehen und Erfolg
interessiert sind.

Wo klingt mehr Wohlwollen durch?

Ich werde
das prüfen

Ich kümmere
mich darum

Angestrebtes Kundenerlebnis

Man kümmert sich um mich

Hier bin ich gut aufgehoben



~~Authentisch~~ Professionell freundlich

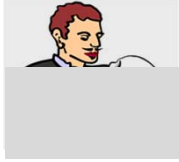
Beispiel

Ich ...

Sorgen Sie bei sich für gute Laune

(schlechte Laune hört man auch am Telefon)

Sie spielen eine Rolle



Hilft Ihnen, viele Ablehnungen
professionell wegzustecken

"Resilienz"

Sie sind immer gut drauf.

Sorgen Sie bei sich für gute Laune

(schlechte Laune hört man auch am Telefon)


Hinweis

Es gibt Leute, denen Plaudereien
("Small talk", "Chit chat")
im Business-Bereich zuwider sind
(meist Männer).

Die magische Formulierung

"Darf ich gleich auf den Punkt kommen?"

Der Sprachschatz ist
einer der größten Schätze,
die man heben kann

A language that
repels  sells

Mit der Sprache spielen Sie ein
unglaublich gefährliches Spiel

Frank Luntz: Words that work

Klar

Legen Sie jedes Wort auf
die Goldwaage

- Präzise
- Einfach
- Verständlich

Sprache

Bilden Sie kurze Sätze

Im Gespräch ab und zu
mit Namen ansprechen

...

- Bei Beginn
- In der Mitte
- Bei Ende



Für jeden Menschen ist sein Name
das schönste und wichtigste Wort
in seinem Sprachschatz.

Dale Carnegie

Sie rufen an

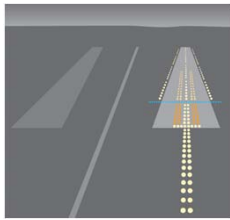
Idealerweise haben Sie den Namen.

Wenn Sie den Namen nicht haben
oder nicht richtig verstanden haben:

Nachfragen (auch buchstabieren lassen)

(Brauchen Sie auch für die Emailadresse)

Vorbereitung



Die richtige Person?
"Qualifizieren Sie"

Informations-Quelle

Customer Relationship
Management System

CRM: Interne Kundendatenbank:
Was wissen wir über den Kunden?

~~"Ich habe Sie in unserer Datenbank gefunden"~~

Weitere Informations-Quellen

...

- Bisherige Korrespondenz
- Kollegen
- Praxis- oder Klinik-Webseite
- Google / Google Scholar
- XING, LinkedIn

Nichts ist unsinniger als Fortschritte dort zu machen, wo es **nicht** darauf ankommt:

"Schlechten" Interessenten oder Kunden hinterher zu jagen

Es gibt Leute, die wollen Sie gar nicht als Kunden haben.

Manchmal passt es nicht.

Identifizieren Sie die relevanten Leute.

Konzentrieren Sie sich auf diese.

Wenn Sie erst im Gespräch merken, dass die Person unpassend ist:

Kommen Sie diplomatisch zum Ende.

Widmen Sie Ihre Zeit lieber den vielversprechenden Kandidaten.

Vertrauliche Telefonate

Keine weiteren Personen anwesend

43

Ablenkungen eliminieren

Alles, was stören
könnte, ausschalten

44

Konzentrieren Sie sich

auf das Telefonat

45

Telefonate für Nebenbeschäftigungen nutzen

Absolutes Tabu


46

Kein Multitasking

Essen, Trinken, Rauchen, Aufräumen

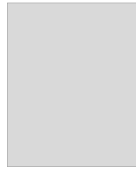
Tastaturgeklapper und Papiergeraschel hört man

47



48

Telefonskript: Leitfaden



"Gesprächsgrundgerüst"

49

Fokus

Gibt die Sicherheit, dass man alle wichtige Punkte beachtet

Niemals einfach ablesen
(Vorlage "abtelefonieren")

50

Kiss

Halt es klar, kurz und anschaulich

Kep
it
short and
simple



Cicero

Fokus

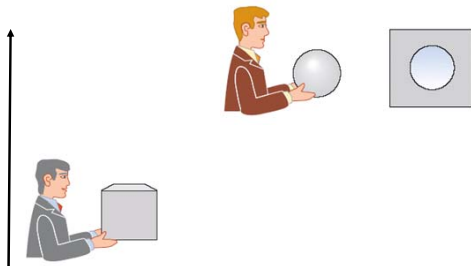
Sie brauchen **nicht** alles zu sagen, was Sie wissen



52

Bedarf

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com


54

Lösungen gibt es nur bei ...

entsprechenden Problemen
bzw. Motiven

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 55


Motive bei HCPs

 **Offizielle Ziele** **Persönliche Ziele**

... "Logic makes people think
Emotions make people act"

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 56

Herr Umbach, Sie sollen uns
einfach helfen, unser Produkt
zu verkaufen"

Interessant 

So funktioniert das nicht

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 57

Wahrgenommener Nutzen I

Offiziell

- Neuigkeiten
- Bessere Therapie

...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 58

Wahrgenommener Nutzen II

Persönlich-emotional
("wahre Motive")

- Wertschätzung
- Das gute Gefühl, die richtige Therapie gewählt zu haben
- Zufriedene Patienten

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 59

Den Nutzen mit den richtigen Worten ausdrücken ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 60

Worte wie Goldstaub




"Der Nutzen für Sie"
"Der Wert für Sie"
"Ihr Vorteil"
"Sie profitieren von "
...



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 61

Nutzen sprachlich verdeutlichen

Damit verbessern Sie ...
Damit können Sie leichter ...
Dadurch erhalten Sie ...
Das ermöglicht Ihnen ...
Das erleichtert Ihnen ...
Das erspart Ihnen ...
Das bedeutet für Sie mehr ...
Das bringt Ihnen mehr ...
Damit haben Sie mehr ...
Dadurch gewinnen Sie ...



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 62


Üben Sie

Ihre Aufzeichnung auf
Ihrem Smartphone:

Wie oft haben Sie die Worte und
Formulierungen verwendet?

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 63

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 64



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 65

Sie rufen an ...

Anrufbeantworter

Vorschlag für Anrufbeantworter
Frau Maier, hier spricht Günter Umbach von ... Ich rufe Sie an wegen Neuigkeiten in ... Dazu werde ich Sie morgen nochmals anrufen. Falls Sie mich zurückrufen wollen: Meine Nummer lautet: ... Auf Wiederhören.

Ihr Anrufbeantworter

Lassen Sie **nicht** die automatische Ansage ablaufen. (Ich habe solche Klienten)

Besprechen Sie das Band selbst.

Guten Tag, Sie sprechen mit dem Anrufbeantworter von ...

Gerne können Sie eine Nachricht hinterlassen. Ich rufe Sie zurück.

Wenn Sie angerufen werden

Mein Name ist Maier ...

Mein Name ist Marion Maier ...

Sie sprechen mit Marion Maier ...

Eröffnung

"Einstieg"

Beziehungs-Aufbau

... Das erste Knopfloch

~~Ich wollte mich mal wieder melden~~

Namen nennen

Guten Tag, hier ist Günter Umbach

.... von

Spreche ich mit Frau Petra Maier?

Frau Maier, ich grüße Sie.

Bezugnahme (wenn möglich)

Wir kennen uns ja persönlich von ...

Wir hatten ja miteinander telefoniert ...

Wir haben ja einen gemeinsamen
Bekannten ...

Wir sind ja beide aus ...

Gemeinsamkeiten

Erlebniswelt

Je dichter ...

*If people are like you,
they tend to like you*

Influence: The Psychology of Persuasion by Robert Cialdini

"Ähnlichkeit schafft Vertrauen"

Worte, Dialekt ...

"Ja" abholen

Darf ich gleich auf den Punkt
kommen?



Dann müssen Sie auch auf den Punkt kommen!

Es gibt Neuigkeiten zum Thema ...

Wäre es in Ihrem Sinne, dass wir die mögliche Bedeutung für Sie und Ihre Praxis in einem persönlichen Gespräch kurz beleuchten - aber nur, wenn das für uns beide wirklich sinnvoll ist.

Story Telling / Testimonial

Eine wahre Geschichte erzählen

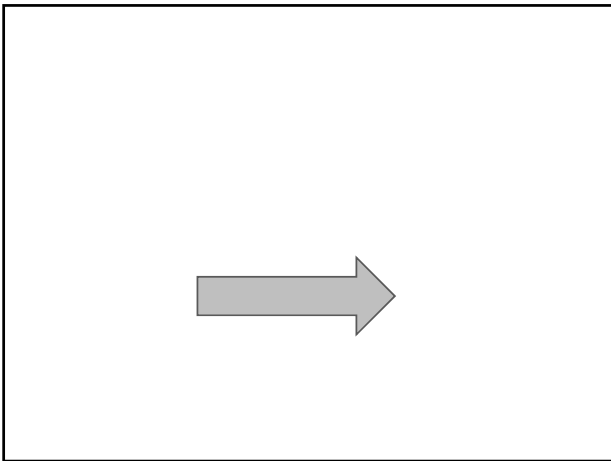
Unterschiedliche Versionen ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 77

Vorschlag

Sorgen Sie dafür, dass in Ihrem Umfeld etwas Positives rund um das Produkt passiert - und berichten Sie, was Sie oder andere Menschen für Erfahrungen gemacht haben.

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 78



Worte stiften Sinn und geben Orientierung

Oft bestimmen Worte, wie sich Menschen fühlen und wie sie handeln

80

Ratgeber

Worte mit Wirkung und Überzeugungskraft

Effektive Texte und Formulierungen


Durch treffende Wortwahl die Macht der Sprache nutzen

WMW


www.wortemitwirkung.de

81

Begriffe: Die wichtigsten Worte




...



Sprachliche Essenz

82 82

Dunkel Hell




Positive Sprache

83

Stacheldrahtworte


"Wortfallen"

84




Kostenreduktion **Ersparnis**

85




Kostengünstig **Günstig**

86




**Nicht schlechter
als** **Vergleichbar**

87



Sie müssen Vielleicht erwägen Sie ja

88



Wodurch - glauben Sie - ist diese Situation entstanden?

Warum Womit könnte dies Ihrer Meinung nach zusammenhängen?

89

Auf angenehmere Dinge umleiten

Einmal abgesehen davon, wäre es für Sie denkbar ...

Mal angenommen, dieser Punkt wäre erfüllt, könnte man ...

90

Sprachlich fokussiert auf den Adressaten ?



"Kundenzentrierte Sprache"

Sie oder Ihr oder Kundenname

Wir oder Unser oder Firmenname

Je höher, umso besser

~~Wir haben ein neues Produkt~~

Sie haben die Wahl eines neuen Produkts

~~Wir schicken die Muster raus~~

Sie werden die Muster erhalten

~~Ich möchte Ihnen aufzeigen~~

Sie können sich Ihr eigenes Bild machen

Bejahende Aussagen ?

Direkte Aussagen

Alle Aussagen

Je höher, umso besser

Mach's direkt

Bejahende }
Bekräftigende } Aussagen
Positive }

"Das Seelische kennt keine Verneinung"

96

~~Die Produkte sind nicht verunreinigt.~~

Nicht betonen. In Nebensatz erwähnen:

Die Produkte sind rein.

97

~~Wir haben keine Lieferschwierigkeiten~~

Nicht betonen. In Nebensatz erwähnen:

Natürlich ist die Versorgung Gewährleistet.

98

Positiv formulieren

Das geht heute nicht mehr

Gerne gleich morgen früh

99

Nutzen sichtbar machen

Wir bieten ...

↓

Sie können profitieren von

Business → **Ärzte**

Vertrieb Außendienst

Verneinend *Bestätigend*

Ohne Konservierungsstoffe Alles natürliche Inhaltsstoffe

102

- →

Möchten Sie warten? Möchten Sie am Apparat bleiben?

- →


Da haben Sie mich nicht richtig verstanden Lassen Sie mich das vielleicht klarer ausdrücken

104

Direkte Aussagen bevorzugen


keine schlechte Wahl eine gute Wahl

105



Kein Problem	Alles im grünen Bereich
--------------	-------------------------

106



kaum Nebenwirkungen	gut verträglich
---------------------	-----------------

107

Füllwörter vermeiden

Sozusagen

Ich meine

Ähh

Bemerken Sie bei Ihrer Aufzeichnung

108

"Manipulative" Wörter vermeiden

~~Sie meinen doch auch, dass ...
Es ist offensichtlich, dass ...~~

Würden Sie bemerken, wenn Sie es aufzeichnen

109

Einwand

"Haben wir schon"

"Prima, darf ich Sie fragen, wie zufrieden Sie damit sind?"

110

Einwand

"Zufrieden"

"Schön, oft ist es ja vorteilhaft, eine Alternative zu haben"

111

Humor



Nur wenn Sie gut darin sind

Notizen

Handschriftlich

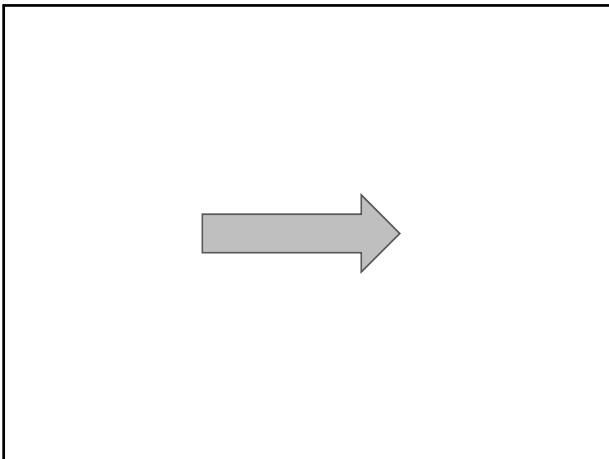


Keyboard-Geräusche vermeiden

113



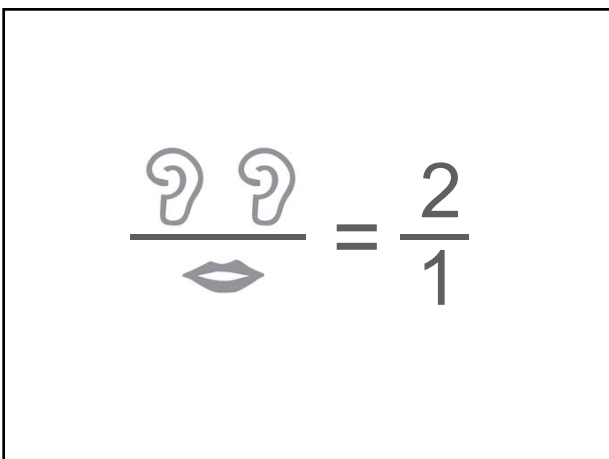
Notizen übertragen ins CRM



Kommunikationsfertigkeiten

Am leichtesten optimierbar:

- Schlagfertigkeit
- Stimme
- Zuhören



Gute Fragen

sind meist offene Fragen:
Lassen sich nicht mit "Ja" oder
"Nein" oder "Passt schon"
beantworten.

"Inwieweit ..."

Antworten Ihres Gegenübers ...

... auf Ihre Fragen sind Wegweiser
für den zukünftigen Verlauf des
Gespräch

"Meinungskontrollfragen"

Können Sie gut zuhören?

Ja, wenn Sie in Gesprächen mehr
als ___ der Zeit zuhören*

* nicht reden

Die Kunst

Das Gespräch in der Hand haben,
obwohl der Redeanteil des Kunden
größer ist.

"Wer fragt,
der führt"

Fahren Sie Ihre Antennen weit aus
Stellen Sie den Radar auf empfindlich

Paraphrasieren

Gehörte Inhalte mit eigenen Worten neu formulieren und wiedergeben, am besten mit fragendem Tonfall

Wenn ich Sie richtig verstanden habe ...

"Spiegeln"

Angerufener

Problem

...

Herausforderung


...

Passt immer

"Das ist ja interessant "

"Erzählen Sie"

Ausreden lassen


"Pause"
Wertvolle Technik

Fangen Sie erst an zu sprechen,
wenn Ihr Gegenüber mindestens
zwei Sekunden lang nichts
gesagt hat

Erfordert Geduld

Eine Pause an der richtigen Stelle kann mehr bewirken als viele gesprochene Worte

"Shut up and listen"



Nicken
Lächeln

Zuhörgeräusche

aha...
hmm ...

Geben Sie "Denkzeit"

"Power Question"

Wenn Sie Ihr Gegenüber besser kennen

Darf ich Sie fragen, inwieweit es etwas gibt, das **Sie persönlich** besonders interessiert?



One of the "Power Questions" from Andrew Sobel to uncover aspirations and dreams

Warnsignal



Welches Wort lässt einen kritischen Punkt erahnen?

eigentlich

Fragen Sie nach!

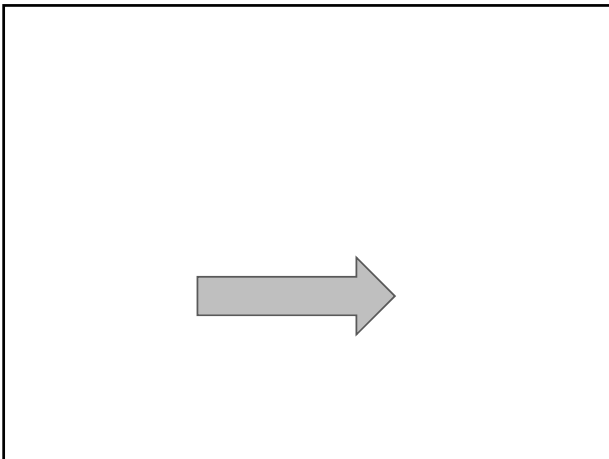
Marktforschung: Dinge "rauskitzeln"

"Was könnte nach Ihrem Gefühl noch besser laufen - und sei es nur ein bisschen?" ...


Lockruf für Verbesserungsvorschläge, leicht gemacht durch die letzten Worte

Jedes Detail ("Info-Schnipselchen") kann als Anknüpfungspunkt dienen und ...

Ihnen helfen, den Follow-up (via Telefonat oder Email) zu personalisieren



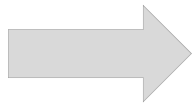
Bei manchen Menschen ist der Wunsch nach Aufmerksamkeit und Zuwendung ist enorm.

Seelsorger Psychotherapeuten Psychiater	
Irgendwann muss jedes Gespräch zu Ende kommen	

Wir haben ja intensiv über ...
gesprochen.

Lassen Sie mich kurz
zusammenfassen ...

Innerlich loslassen und abhaken



ABC beim Vertrieb

Always Be Closing

Abschluss-Optionen

- Wie kann ich Sie weiter unterstützen?
- Wie wollen wir am besten verbleiben?
- ...

Wenn nichts kommt,
selber Vorschläge machen

Aktion formulieren

"Ist das so in Ihrem Sinne?"

"Findet das grundsätzlich
Ihre Zustimmung?"

Kurz vor Gesprächsende

"Darf ich Sie fragen, wen ich
zu diesem Thema noch
ansprechen sollte?"

...

"Soll ich Grüße von Ihnen
ausrichten?"

Ausblick

Für den Sommer planen wir ...

Ist es in Ihrem Sinne, wenn ich Sie auf dem Laufenden halte?

Bevorzugen Sie, dass ich Sie anrufe oder eine Email schreibe?

Passt immer

"Kann ich sonst noch etwas für Sie tun?"

"Auf Wiederhören, Frau Maier"


Erst auflegen, wenn
Ihr Gesprächspartner
aus der Leitung ist


Bisheriges Fazit

Gut fragen
Aktiv hinhören
Handlungsimpuls setzen
(Call-to-Action)



Follow-up

... 


Email

Dokumentieren
CRM

Follow-up-Email

Betr: Unser Telefonat zu ...

Sehr geehrter Herr ...

Wir hatten ja ein effektives Telefonat zum Thema ...

Wie gewünscht, anbei ...


Bei Fragen erreichen Sie mich persönlich am besten via Email oder mobil auf ...

Follow-up-Email: Grußformel

MFG

Mit freundlichen Grüßen


Mit freundlichen Grüßen aus ...


 Mit freundlichen Grüßen nach Bonn

www.umbachpartner.com/de/geheimnis-guter-grussformeln-und-emailsignaturen

Punkte

- Vorbereiten
- Fragen
- Zuhören
- Wertschätzen
- Nachbereiten

Input	Ergebnisse
Aktivitäten	Resultate 
	<i>"Impact"</i>
Being busy	≠ Business

	Beispiel
Input	Relevante Leistungs- kenngrößen
Kontaktversuche	
Zahl der angerufenen Telefon- Nummern	

Tageserfolgsblatt (Entwurf)

Datum

- Mit relevanter Person gesprochen ?
- "Ja" zum Musterversand erhalten ?
- Emailadresse / Informed Consent ?
- In CRM notiert ?
- Follow-up verschickt ?

Vorschlag

"Hausaufgaben"

1

- a) Wählen Sie 3 Formulierungen, die Ihnen gefallen
- b) Adaptieren Sie diese an Ihren Stil
- c) Probieren Sie diese in Ihren nächsten Telefonaten aus

2

Sprechen Sie auf Ihr Smartphone im "Record Modus"

Hören Sie die Aufzeichnung.

Notieren Sie, was Sie besser machen könnten

3

Üben Sie mit einem Kollegen oder einer Kollegin am Telefon

Wechselseitiger Feedback

Es ist nicht genug zu wissen, man muss es auch tun

Goethe

Rat

Üben Sie, so dass Sie stets cool,
souverän und freundlich bleiben.

...



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 167

Anhang


© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 168

Mehr

Videos, Podcasts, Checklisten:
www.umbachpartner.com
Newsletter "Tipps und Trends" ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 169

Beschwerden



© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 170

Vielen Dank, dass Sie mich darauf aufmerksam machen. Wir werden Ihrem Hinweis nachgehen ...

© Dr. Günter Umbach www.umbachpartner.com 171

Stimme





"No-Gos"

- Rauchen
- Kühle Getränke



- Räuspern vermeiden



Vorher

- Mund durch Übungen dehnen
- Eine Melodie summen
- *Happy Horse*"



Häufige Sprechfehler

...

- undeutlich
- zu schnell



- Deutlich artikulieren

Nuscheln vermeiden



- Langsam sprechen

Sie werden leichter verstanden.
Ihre Stimmlage wird niedriger.

Tipp

Wenn Sie müde sind,
telefonieren Sie im Stehen.

Häufige Beschwerde

In Richtung des Anrufers



Unzuverlässig ...

Daher ...



Versprechen Sie nur, was Sie halten können und machen Sie, was Sie sagen

Wiederholung

- 1) Freundliche zuversichtliche Einstellung
- 2) Menschliche Beziehung aufbauen
- 3) Das Gespräch durch Fragen steuern
- 4) Das behandeln, was Kunden interessiert
- 5) Durch Zuhören mehr vom Kunden erfahren

Viel Erfolg
