

Checkliste: Tipps aus der Praxis für erfolgreiches Telefonmarketing

1. Organisation

- Im Idealfall eine Datenbank mit verschiedenen Masken anlegen:
 - Adresserfassung
 - Kundendetails, Kundengeschichte
 - Telefon-Marketing-Rapport
 - Diverse Briefe
 - Offert-Maske
 - etc.
- Vor dem Telefonieren Rapporte erstellen (falls keine Datenbank verwendet wird)
 - Strukturierte Formulare als Erleichterung für die Gesprächsnotizen und Ablage
 - Inhalt der Telefon-Marketing-Rapporte: Genaue Adresse, zuständige Person, Telefon/Fax, Datum des Gesprächs, Feld "erreicht"/Feld "nicht erreicht", Feld für weitere Gesprächsdaten bei Nichterreichen der entsprechenden Person, Feld für Gesprächsnotizen, Feld für Datum des nächsten Anrufs
- Ablage-System während des Telefonierens (falls keine Datenbank verwendet wird)
 - 1. Ablage für noch nicht kontaktierte Adressen/Rapporte, bzw. nicht erreichte Personen
 - 2. Ablage für Interessenten für die Weiterbearbeitung bzw. für Terminvereinbarungen
 - 3. Ablage für Absagen
- Sämtliche relevanten Unterlagen in Griffnähe
 - Telefon-Script, Rapporte, Unterlagen, Notizblock, Schreibzeug etc.
- Ordnung auf dem Schreibtisch
- Ruhiges Umfeld

2. Konzentration

- Telefon-Marketing ist Schwerstarbeit! Es ist unmöglich, sich 8 Stunden pro Tag darauf zu konzentrieren
 - Besser kontinuierlich 10 Telefone pro Tag als in einer Gewalts-Aktion 50 pro Tag und an den anderen Tagen der Woche keine Telefone
- Ablenkungsmöglichkeiten ausschalten
 - Keine unerledigten Arbeiten auf dem Schreibtisch
 - Radio abschalten
 - Sich Zeit nehmen/einplanen und sich gedanklich nur auf das Telefon-Marketing konzentrieren
- Genügend Pausen einlegen
 - Tip: Nach jedem oder nach z.B. 5 Telefonen Nachbearbeitungs-Arbeiten ausführen (Unterlagen für den Versand bereitstellen etc.) und danach weiter telefonieren
- Auf persönliche Tagesform achten, sofern diese Zeiten mit der Erreichbarkeit der (potentiellen) Kunden übereinstimmen
- Sich voll und ganz auf das Telefon-Gespräch konzentrieren
 - Sich den Gesprächspartner bildlich vorstellen
 - Der Gesprächspartner merkt es, wenn Sie unkonzentriert sind
- Aktiv zuhören
 - Sich in den Gesprächspartner hineinversetzen
 - Ihm durch zustimmende Töne und Ja-Worte zu verstehen geben, dass sie dem (potentiellen) Kunden aktiv zuhören
 - Aussprechen lassen, nicht unterbrechen

Quelle: Marketing-Checklisten-Manager

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter <http://www.marketing-checkliste.de>

3. Motivation

- An den Erfolg der Telefon-Marketing-Aktion glauben!
- Zielsetzung: Ein System aufzubauen, sich selber zu motivieren
 - Fremdmotivation reicht in der Regel nur für die ersten 10-20 Anrufe
- Sich darauf einstellen, dass 1 Termin bei 10 Anrufen kein schlechtes Ergebnis ist!
- Sich immer wieder sagen, dass kein Gespräch vergebens ist
 - Eine Absage bedeutet noch lange nicht, dass der (potentielle) Kunde nicht in einigen Monaten kauft oder abschliesst
 - Auch eine Absage ist ein Anfang für den Aufbau einer Kundenbeziehung!
 - Jeder Anruf zeigt dem (potentiellen) Kunden, dass wir an ihm interessiert sind
- Grundeinstellung: Ich bringe für die (potentiellen) Kunden einen echten Nutzen und versuche diesen so gut wie möglich zu verkaufen - Wenn der (potentielle) Kunde nicht will, so hat er momentan Pech gehabt, vielleicht lässt er sich zu einem späteren Zeitpunkt überzeugen!
- Visionen und langfristige Ziele betreffend Telefon-Marketing entwickeln
 - Was will ich mittel- bis langfristig mit dem Telefon-Marketing erreichen?
 - Direkt und persönlich mit den (potentiellen) Kunden sprechen und im Gespräch bleiben
 - Dass sich die (potentiellen) Kunden darüber freuen, wieder von mir zu hören
 - Dass die (potentiellen) Kunden wissen, wenn ich anrufe, ist es für sie wichtig
 - Dass ich bereits beim zweiten Anruf nicht mehr abgewimmelt, sondern als Partner behandelt werden
 - Dass ich mit Telefon-Marketing die Akquisition erheblich vereinfache
 - Dass ich mit Telefon-Marketing den Umsatz und damit mein Einkommen erheblich steigern
- Sich "Tages-Ziele" setzen, z.B. 3 Termine pro Tag
 - Die Ziele nicht zu hoch stecken
- Sich auch qualitative Ziele setzen
 - z.B. 80% "positive" Gespräche zu erreichen, auf denen ich für einen zweiten Anruf aufbauen kann, abgesehen von einem Abschluss-Druck
- Bester Motivationsfaktor sind Erfolge!
- Sich der Aufgabe stellen, und nicht vor sich selber kapitulieren
 - Sich selber die Aufgabe zutrauen
 - Wer nichts wagt, gewinnt nichts!
- Sich selber belohnen
 - Nach Erreichen von (Teil-)Zielen mit kleinen Freuden, Pausen etc.
- Während Pausen abschalten und sich neu auf die nächsten Gespräche konzentrieren
 - Aus dem Raum gehen
 - Das Fenster öffnen
 - Aus dem Fenster schauen
 - Sich zurücklehnen und die Augen schliessen
 - Einen Kaffee holen
 - Mit jemandem sprechen
- Zwischenbilanzen ziehen (z.B. nach den ersten 20 Gesprächen) und sich allfällige Optimierungs-Ansätze überlegen
 - Die eigene Kreativität ist ein sehr wichtiger Motivations-Faktor
- Optimierung des unmittelbaren Umfelds
 - Raum, Raumgestaltung, Pflanzen
 - Lichtverhältnisse: Sehr wichtiger Motivations-Faktor!
- Sich für die Telefon-Marketing-Aktionen Zeit nehmen
 - Keine Zeit = Keine Priorität!
- Selbstorganisation
 - Die Telefon-Marketing-Aktionen fest einplanen und in die Agenda eintragen
 - Ein optimales Ablage-System fördert die Ordnung und damit die Motivation, weiter zu machen

Quelle: Marketing-Checklisten-Manager

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter <http://www.marketing-checkliste.de>

Telefonmarketing: Tips aus der Praxis

- oder wieder mit telefonieren anzufangen
- Gelegentliche Aufräum-Aktionen fördern die Motivation!
- Anti-Stress-Massnahmen
- Pro Tag maximal 60% der zur Verfügung stehenden Zeit verplanen
- Nein sagen können
- Prioritäten setzen
- Genügend Schlaf
- Alkohol, Nikotin mit Mass
- Persönliche Probleme anpacken, bereit sein, sich zu verändern
- Entspannungsübungen anwenden
- Bei Krisen während Telefon-Marketing-Aktionen eine Bilanz ziehen
- Wieviele Telefone habe ich gemacht?
- Wieviele Personen habe ich erreicht?
- Wieviele positive Gespräche habe ich geführt, auf welchen ich für ein zweites Gespräch aufbauen kann?
- Wieviele Interessenten habe ich gewonnen?
- Bei wievielen Interessenten kann ich gefühlsmässig einen Termin vereinbaren?
- Wieviele Termine konnte ich direkt vereinbaren?
- Welchen Umsatz kann ich erreichen, wenn ich bei der Hälfte aller Termine zu einem Abschluss komme?
- Was bedeuten diese Abschlüsse für mein eigenes Einkommen?
- Lohnt es sich für mich, auf diese Art und Weise weiterzumachen?
- Wenn nein, wo liegen meiner Ansicht nach die Ursachen?
- Ursachen für Misserfolge eruieren
- Ist Telefon-Marketing das richtige Instrument?
- Wurden einige Punkte dieser Checkliste missachtet oder zu wenig gewichtet?
- Entspricht Telefon-Marketing nicht meinen Stärken und Vorlieben?
- Welche Alternativen bieten sich dem Telefon-Marketing?

Quelle: Marketing-Checklisten-Manager

Weitere kostenlose Checklisten gibt es unter <http://www.marketing-checkliste.de>