

# Telefontraining24

Aus dem Guinnessbuch der Rekorde die 3.6.0°-Methode<sup>®</sup>:

3 Techniken, 6 Worte, 0 Probleme

## Inhalt

I.	Rechtliche Hinweise .....	2
II.	Vorwort.....	2
1.	Tipp: Positive Einstellung.....	3
2.	Tipp: Organisation der Telefonie .....	4
3.	Tipp: Ermitteln der Erfolgszahlen .....	5
4.	Tipp: Die 10 Basics erfolgreicher Telefonate .....	6
5.	Tipp: Telefonieren – erster Eindruck .....	7
6.	Tipp: Klare Zielvorstellung .....	8
7.	Tipp: „Terminator“-Prinzip <sup>®</sup> .....	9
8.	Tipp: Die 3.6.0°-Methode <sup>®</sup> .....	10
II.	Schlusswort.....	11

## I. Rechtliche Hinweise

Das Copyright zu diesem E-Book liegt bei Rainer Fornahl. Alle Rechte vorbehalten.

Dieses E-Book darf, auch nicht auszugsweise, nicht ohne schriftliche Genehmigung durch den Autor Rainer Fornahl kopiert werden.

Rainer Fornahl  
Wartenbergweg 86 | 58453 Witten  
Telefon : 02302 – 277 2666  
Mobil : 0172 – 27 37 770

Verstöße werden sofort abgemahnt und rechtlich verfolgt.

## II. Vorwort

Mit dieser Buchzusammenfassung können Sie sich Ihren individuellen, wirkungsvollen Gesprächsleitfaden aufbauen und schon heißt es bei Ihren nächsten Akquisitionsschritten: **Bei Anruf mehr Termine!**



Mit dieser Zusammenfassung meines Buches „**Mehr Umsatz per Telefon – So akquirieren Profis neue Kunden**“ bekommen Sie eine Anleitung wie Sie

- mit der richtigen Einstellung die Aufmerksamkeit gewinnen
- Ihr Telefonat optimal strukturieren
- mit den „10 Basics“ kompetent auftreten
- „Terminator“-Prinzip<sup>®</sup> und
- die 3.6.0°-Methode kennenlernen

## **1. Tipp: Positive Einstellung**

In meiner fast 24-jährigen Karriere als Verkaufstrainer habe ich bisher noch kaum jemanden erlebt, der mit Freude an die Kaltakquise herangeht. Geprägt wird dieses Verhalten durch Urinstinkte, die uns schon in grauer Vorzeit gelehrt haben, vor Gefahren weg und zu Chancen hinzulaufen. Wir bleiben lieber in unserer sicheren Höhle sitzen, wo wir wissen, was uns erwartet. Wenn wir unsere Höhle (Komfortzone) verlassen, erwarten uns möglicherweise Ablehnung, Schmerzen und Niederlagen. Der Neandertaler (und in jedem von uns steckt noch ein wenig davon) verlässt seine Höhle erst, wenn er wieder neue Beute braucht. Im übertragenen Sinne heißt das nichts anderes: Erst wenn wir ein neues Geschäft brauchen, wenn wir neue Kunden finden müssen, setzen wir uns an das Telefon und akquirieren. Leider steuern negative Gefühle und Ängste viel zu sehr unsere Einstellung. Häufig greifen wir mit einer viel zu negativen Erwartungshaltung zum Hörer und wundern uns, dass wir genau das Ergebnis erhalten, das wir erwartet haben.

Das Spiel wird im Kopf entschieden. Es sind unsere inneren Glaubenssätze, die unsere Einstellung und unser Wahrnehmen bestimmen. Unsere Wahrnehmung wiederum steuert unser Verhalten und das Verhalten produziert die entsprechenden Ergebnisse.

1. Der Mensch ist, was er denkt.
2. Was er denkt, strahlt er aus.
3. Was er ausstrahlt, zieht er an.

## **2. Tipp: Organisation der Telefonie**

In den meisten Fällen läuft die Telefonakquisition in Wellen ab: Irgendwann fasst man den Entschluss, Neukunden zu akquirieren. Man sucht sich die entsprechenden Zielkunden heraus und organisiert sich einen ruhigen Arbeitsplatz. Nach einem Tag mit wechselhaften Ergebnissen fährt man die Aktion zunächst zurück. In den nächsten Tagen lebt man dann noch von einigen Wiedervorlagen, ehe das ganze System zusammenbricht. Irgendwann folgt die nächste Aktion, die übernächste usw.

### **Praxis-Tipp:**

Anstatt eine aufwendige Aktion zu fahren, fahren Sie viele kleine Aktionen. Das heißt, reservieren Sie sich ein-, zwei- oder dreimal pro Woche ein oder zwei Stunden für die Telefonakquisition. Treffen Sie Terminvereinbarungen mit sich selbst, tragen Sie die Termine in den Kalender ein und halten Sie sich an diese Termine (wenn Sie einen Arzttermin haben, nehmen Sie den schließlich auch wahr). Sie werden feststellen, dass Ihnen die Telefonie viel mehr Spaß macht, weil Sie kleine überschaubare Einheiten haben und nicht den großen, schier unüberwindbaren Berg vor sich sehen.

### **3. Tipp: Ermitteln der Erfolgszahlen**

Im nächsten Schritt müssen Sie für sich selbst Ihre Erfolgszahlen ermitteln. Jeder Akquisiteur sollte wissen, ob er fünf, zehn oder 20 Telefonate benötigt, um zu einem Termin /Abschluss zu kommen. Der Erfolg in der Telefonakquisition ist zu großen Teilen planbar und im Grunde genommen nichts anderes als Mathematik. Wenn Sie wissen, dass Sie zwei, drei oder fünf Termine brauchen, um langfristig erfolgreich zu sein, wissen Sie auch, wie viele Telefonate Sie führen müssen, um genau diese Termine zu erreichen. Nehmen Sie sich deshalb vor, zum Beispiel täglich 20 Anrufe zu tätigen. Wenn Sie ermittelt haben, dass Sie sieben Anrufe für einen Termin brauchen, wissen Sie, dass in Ihrer 20er-Reihe etwa drei Termine stecken.

#### **Wichtig:**

1. Jedes NEIN ist ein Verbindungsstück zum JA.
2. Jeder Misserfolg ist nötig, um zum Erfolg zu kommen.
3. Jedes NEIN trainiert.
4. Jedes NEIN ist immer eine Chance in Arbeitskleidung.

#### **4. Tipp: Die 10 Basics erfolgreicher Telefonate**

1. Freundliches Melden mit Namen
2. Kunden mit Namen ansprechen
3. Freundliche Stimme
4. Konzentriert zuhören
5. Rückruf einhalten
6. Klarer Ausdruck
7. Der Ton macht die Musik
8. Gesprächsarten
9. Sie-Standpunkt
10. Pluspunkte sammeln auf der Beziehungsebene.

## 5. Tipp: Telefonieren – erster Eindruck

Das Telefon ist insofern ein schlechtes Kommunikationsinstrument, als dass wir – anders als im persönlichen Gespräch – nicht über die gleichen Wirkungsmittel verfügen. Was uns bleibt, sind Stimme, dynamische Formulierungen sowie motivierte, mitreißende Äußerungen. Dabei sollten Sie immer daran denken, dass Ihr Kunde innerhalb von wenigen Sekunden entscheidet, ob er Ihnen weiter und länger zuhören möchte oder auch nicht. Im letzteren Fall wird er aus reiner Höflichkeit nicht gleich den Hörer auflegen, aber Ihnen nur kurz zuhören und das Gespräch mit der Formulierung beenden: „Hört sich ganz interessant an, schicken Sie mir mal Unterlagen, ich melde mich dann ...“ Kommt Ihnen das bekannt vor? Gerade am Telefon ist der sogenannte „erste Eindruck“ noch entscheidender als im persönlichen Gespräch. Sie haben nur einen Versuch und der muss landen. Ihre Aufgabe muss es sein, dem Kunden zu verkaufen, dass er mehr von Ihnen hören will. Im Grunde genommen sind Ihre ersten Worte, Ihre ersten Sätze mit einer guten Schlagzeile in der Presse zu vergleichen. Jeder kennt das Phänomen der BILD-Zeitung: Niemand liest sie, dennoch wird sie täglich millionenfach verkauft. Unabhängig davon, welche Meinung wir über diese Zeitung haben, wir können eines von ihr lernen: Sie verkauft sich fast immer über eine gute Schlagzeile. Wir schauen auf das Titelblatt, sehen die fette Überschrift – und wollen mehr lesen. Ziel erreicht! Genau das muss das Ziel Ihres Telefonats sein: Die ersten Worte, die ersten zwei Sätze müssen so überzeugend sein, dass der Kunde gar nicht anders kann, als Ihnen zuzuhören!

## **6. Tipp: Klare Zielvorstellung**

Klare Zielvorstellung Eine weitere wesentliche Voraussetzung für den Erfolg am Telefon (neben der positiven Einstellung und den Basics) ist eine klare Zielvorstellung. Ein klares Ziel vor Augen ist schon „die halbe Miete“. Dazu möchte ich den „Sportler des Jahrtausends“, den „Größten aller Zeiten“, Muhammad Ali, zitieren. In einem Interview zum 65. Geburtstag sagte er: „Als ich nach dem ersten Boxtraining, mit 14 Jahren, nach Hause kam, bin ich zu meiner Mom gelaufen und habe gesagt: ‚Mom, ich will Weltmeister werden.‘ Dieser Gedanke begleitete mich die nächsten zehn Jahre bis Februar ‘64 jeden Tag.“ – Am 25.02.1964 holte er sich den ersten WM-Titel im Kampf gegen Sonny Liston.

Ein Akquise-Gespräch besteht zu 10 Prozent aus dem, was mir passiert, und zu 90 Prozent aus dem, wie ich darauf reagiere.

### **Praxis-Tipp:**

Im Lauf der Firmenzugehörigkeit schleichen sich Routine und Betriebsblindheit ein. Studieren Sie Firmenunterlagen regelmäßig. Sie werden staunen, wie viele überzeugende Argumente sich daraus ablesen lassen.



## **7. Tipp: „Terminator“-Prinzip<sup>®</sup>**

Sicher kennen Sie den Hollywood-Blockbuster „Terminator“ mit Arnold Schwarzenegger in der Hauptrolle. Wie geht er vor, um seine Gegner zu „eliminieren“? Unablässig verfolgt er sie, spürt sie auf, nimmt sie ins Visier. Sind sie in seinem Fokus, werden sie akribisch von einer Hochleistungskamera gescannt. Jedes noch so kleine Detail wird genau analysiert, abschließend folgen die Zentrierung und der Abschuss. Zugegeben, das ist sehr martialisch beschrieben. Dennoch sollten wir uns bei der Telefonakquise genau an diesem Vorgehen orientieren. Das „Terminator“-Prinzip ist weniger eine Methode als vielmehr der Ausdruck, das Ausstrahlen einer Geisteshaltung.

Was zunächst als Wortspiel („Termin-ator“ = der, der Termine macht) begann, hat in meinen Trainings zunehmend eine Eigendynamik entwickelt. Richtig angewandt, wird das „Terminator“-Prinzip zu einer starken „Waffe“ in der Akquise: Definieren Sie Zielkunden, scannen Sie diese (exakte Vorbereitung). Der „Abschuss“ ist Ihre Terminvereinbarung. Darauf ist Ihr gesamter Fokus ausgerichtet. Sie wollen Termine – Sie bekommen Termine! Ihre Energie folgt dabei Ihren Gedanken. Streichen Sie aus Ihrem inneren Dialog Sätze wie: „Mal sehen, ob ich da einen Termin kriege ...“, „Da versuche ich es mal ...“, „Vielleicht klappt es ja bei ...“ usw. „Hoffen“ Sie nicht auf Termine! Hoffnung ist aufgeschobene Enttäuschung. Ab sofort „machen“ Sie keine Termine mehr, Sie vereinbaren welche! Sie avisieren, wann Sie zum Kunden kommen. Dass Sie zu ihm gehen, steht außer Zweifel. Sie sind „Vorteilsbringer“, der Kunde braucht Sie. Es ist das Selbstverständlichste der Welt, dass er Sie empfängt. Fragen Sie nicht mehr nach Terminen, verabreden Sie „Zeitpunkte des Treffens“. Wer fragt, fordert das NEIN heraus. Sie führen das Gespräch, Sie bestimmen, in welche Richtung es geht (Der „Terminator“ ist gleichzeitig „Navigator“). Ein „Terminator“ vereinbart Termine, ein durchschnittlicher Verkäufer „bleibt im Kontakt“. Ein „Terminator“ fragt nicht – er handelt, denn er weiß:

### **Praxis-Tipp:**

Sag, was du willst, und du bekommst, was du möchtest!

## 8. Tipp: Die 3.6.0°-Methode ®

Ich nenne es die 3.6.0°-Methode:

3 = drei Techniken zusammengefasst

6 = sechs Worte

0 = Null Probleme (kaum noch Einwände) °

Zusammengefasst werden hier die **Verblüffungs-**, die **Hypothese-** und die **Entlockungs-**Technik. Sieben weitere Techniken entnehmen Sie meinem Buch **„Mehr Umsatz per Telefon – So akquirieren Profis neue Kunden“**.

Die sechs Worte sind: **gerade deshalb – mal angenommen – was genau**

Wenn Sie diese sechs Worte und die dazugehörigen Techniken verinnerlicht haben, werden Sie nie wieder sprachlos einem Kundeneinwand gegenüberstehen.

Eine „Rundum-Lösung“ für alle Kundeneinwände, aber auch dafür, dass diese Methode total „heiß“ ist.

## II. Schlusswort

Soweit die Zusammenfassung der wichtigsten Punkte meines Buches. Eine ausführliche Beschreibung der Themen finden Sie in meinem Buch

**„Mehr Umsatz per Telefon – So akquirieren Profis neue Kunden“.**

In weiteren E-Mails erfahren Sie von mir automatisch z.B.

- welche Einstiegssätze Sie zum Entscheider bringen
- wie Sie das Vorzimmer überwinden
- wie Sie Einwänden begegnen

Ich wünsche ihnen nun von Herzen alles Gute. Viel Erfolg bei Ihrer Telefonakquise!



Herzlichst

Ihr Rainer Fornahl