



## **Verhalten am Telefon**

**Ich drücke mich deutlich und verständlich aus!**

**Ich melde mit Betrieb und Namen!**

**Ich frage nach den Wünschen der Kunden, mache Vorschläge und berate die Anruferin oder den Anrufer!**

**Ich ermittle den Preis!**

**Ich notiere die Bestellung mit Namen und Adresse des Bestellers und einer genauen Beschreibung der Bestellung des Abhol- oder Liefertermins der Bestellung!**

**Wenn ich Kundenprobleme nicht sofort lösen kann, verspreche ich sofort zurück zu rufen und tue das auch!**

**Ich wiederhole die Bestellung. Bei Aufträgen mit Texten (Schleifentexte etc.) wiederhole ich bei den Namen Buchstabe für Buchstabe!**

**Ich danke für die Bestellung und verabschiede mich freundlich!**

### **Auftragsannahme am Telefon – worauf kommt es an?**

G & V fragte Rosemarie Wagler, freiberufliche Pädagogin und Teambereiterin von Menschen fürs Grün, Waldbüttelbrunn ([www.menschen-fuers-gruen.de](http://www.menschen-fuers-gruen.de)). Sie bietet auch Verkaufs- und Mitarbeiterschulungen sowie Chefseminare zur Personalführung und Personalentwicklung in der grünen Branche an.

### **G & V: Wie unterscheidet sich die telefonische Auftragsannahme vom üblichen Verkaufsgespräch?**

Zunächst, was ist anders? Vergleichen Sie einmal die beiden Informations- und Unterhaltungsmedien Radio und Fernsehen. Ähnlich ist der Unterschied zum Verkaufsgespräch in Ihrem Blumenladen, wo Sie dem Kunden persönlich gegenüberstehen und dem Verkaufsgespräch am Telefon. Sie überzeugen mit Ihrer „Stimme“ und Ihrer Art und Weise wie Sie sprechen, Sie überzeugen, wie Sie nachfragen, bestätigen, Ihre Produkte beschreiben und erklären.

Welchen Rundfunksprecher hören Sie gerne, warum? Ähnlich geht es dem Kunden am Telefon, wenn er Sie hört. Sie überzeugen ausschließlich mit dem, was der Kunde hört. Mit Ihrer Stimme – Sympathie- und ihrer glaubwürdigen Argumentation, mit Ihrer Fähigkeit zu beschreiben. Deshalb ist es sinnvoll, wenn Sie ein Produkt genau beschreiben und dabei prägnant und für den Kunden verständliche Begriffe zu verwenden z.B. Farben mit Dingen zu vergleichen, die der Kunde kennt: orange-gelb..... Nicht selten kommt es vor, dass der Kunde einen Blumennamen nennt, die Blume, die er sich dazu vorstellt, aber einen anderen Namen hat. Fragen Sie deshalb nach, um Missverständnissen vorzubeugen.

### **G & V: Worauf kommt es beim Kundenkontakt am Telefon an?**

Nichts wirkt unverbindlicher wie antrainiertes Sprechen am Telefon. Was nicht heißt, dass Sie sich auf das Verkaufsgespräch am Telefon nicht vorbereiten brauchen. Sie brauchen Formulierungen und Gesprächsstrategien, die Sie parat haben, wenn ein Kunde eine telefonische Bestellung aufgibt oder reklamiert.

### **G & V: Wie läuft eine telefonische Auftragsannahme im Idealfall ab?**

Ihr Geschäft hat einen Namen, Sie haben einen Namen und Ihr Gesprächspartner/ Kunde am Telefon hat einen Namen! Melden Sie sich mit dem Firmennamen und Ihrem Namen. Der Anrufer möchte seine Bestellung aufgeben sich aber nicht ewig lange ausführliche Infos anhören, wie zum Beispiel „Blumen Huber, Sie sprechen mit Frau Rückert“. Wenn Sie den Kunden am Telefon mit Namen ansprechen, drücken Sie Wertschätzung aus. Auch kommt es beim Auftrag am Telefon darauf an, dass sie nicht gehetzt wirken, dass Sie natürlich sprechen

und auf eine deutliche Aussprache achten und entsprechende Pausen machen. Notizzettel und Stift liegen bereit, damit Sie im hektischen Verkaufsalltag nichts wesentliches vergessen. Wenn Sie ein Auftragsformular verwenden ist dies auch eine Gedächtnisstütze für Sie an was Sie denken müssen und ein Leitfaden für den Gesprächsverlauf. Sie brauchen eine klare Vorstellung vom Ablauf eines Verkaufsgesprächs am Telefon! Mit dem Kunden tauschen Sie sachliche Informationen aus. Dazu gehört die Auftragsbeschreibung genauso wie die Preisermittlung, die situationsbezogen, nach Kontaktaufnahme und Bedarfsermittlung erfolgt. Bitte vergessen Sie nicht am Ende des Gesprächs sich noch einmal den Auftrag vom Kunden bestätigen zu lassen.

### **G & V: Welche Situationen sollten beim telefonischen Kundenkontakt vermieden werden?**

Die häufigsten Probleme sind mangelnde Konzentration, undeutliches Sprechen, ungenaue Produktbeschreibungen. Nicht selten kommt es vor, dass der Kunde eine bestimmte Vorstellung hat, die nicht erfüllt wurde. Er ist enttäuscht und vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern fällt es schwer, mit diesen Enttäuschungen umzugehen.

Wichtige Informationen sich merken zu müssen, löst oft Stress aus. Vor lauter Stress nicht vergessen zu dürfen, können Sie sich Namen, Wünsche, Absprachen nicht gut merken. Notieren Sie sich die wesentliche Angaben wie Name, Adresse, Produktbeschreibung, Preis... Wesentlich ist die Fähigkeit, sich auf den Gesprächspartner konzentrieren und zuzuhören. Im Normalfall machen Sie alles auf einmal, im Laden Kunden bedienen und mit Kunden am Telefon sprechen. Mobiltelefone sind nicht immer von Vorteil. Sie verleiten dazu alles gleichzeitig zu machen! Oft überfordern Sie sich im Geschäftsalltag selber! Warum nicht die Frage an den Telefonkunden „kann ich in den nächsten 10 Minuten zurückrufen?“. Name und Telefonnummer sollten Sie sich sowieso immer geben lassen und aufschreiben. Das zeigt dem Kunden Verbindlichkeit. Sie müssen allerdings verlässlich bleiben.

Achten Sie immer darauf nicht gehetzt zu wirken! Keuchend am Telefon, wie soll Sie der Kunde verstehen? Da kann sich der Kunde nicht sicher sein, ob Sie wirklich für ihn Zeit haben. Die Motivation etwas zu bestellen, lässt dann beim Kunden nach.

Reklamationen am Telefon erfordern Know how! Hier passiert es nicht selten, dass beide Gesprächspartner aneinander vorbeireden, vielleicht sogar schreien. Sachlich zu verhandeln, wenn der Gesprächspartner wütend ist, schon beim persönlichen Kundenkontakt ist die Herausforderung schlechthin. Auf solche Gesprächssituationen müssen Sie sich vorbereiten. Spielen sie gedanklich solche Situationen durch und bringen Sie sich Redewendungen bei, die Ihnen in schwierigen Situationen zur Verfügung stehen.

**G & V: Was ist beim Umgang mit unentschlossenen Kunden am Telefon zu beachten?**

Wichtig ist es, den Kunden oder die Kundin richtig zu beraten und zu überzeugen und dass Sie die Gesprächsführung haben.

**G & V: Wie sinnvoll ist ein Telefontraining?**

Telefontrainings, wie sie häufig von Verkaufstrainern angeboten werden, sind für Telefon-Arbeitsplätze in Firmen geeignet. Für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Verkauf, die telefonisch Aufträge und Reklamationen entgegen nehmen und Kunden persönlich bedienen, sind diese Art von Telefontrainings zu wenig an Ihrem geschäftlichen Alltag orientiert. Für den Geschäftsalltag werden andere Strategien gebraucht: Strategien, die zu Ihnen persönlich passen und Ihnen in Stresssituationen weiterhelfen. Beispiele geben Einblicke aber schulen nicht Ihre persönliche Fähigkeit. Profi bei der Gesprächsführung zu sein!

Die Fragen für G & V stellte Knut Steffen.

**[www.g-und-v.de](http://www.g-und-v.de)**