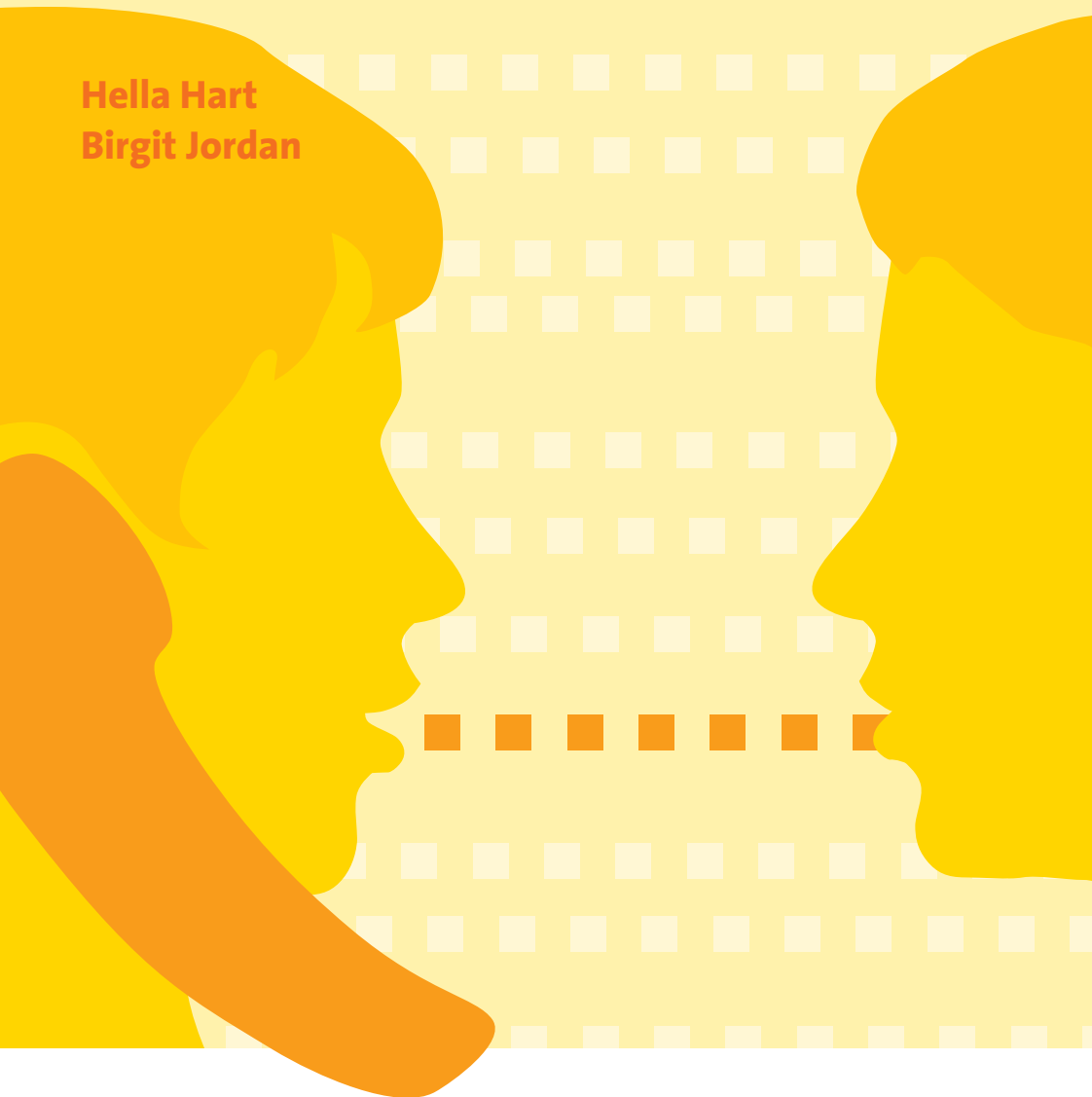


So telefonieren Sie sich zu neuen IT-Kunden

Professionelles Telefonmarketing für IT-Unternehmen

Hella Hart
Birgit Jordan



Wer das Buch lesen sollte

Dieses Buch richtet sich an Mitarbeiter in Marketing und Vertrieb sowie Telefonmarketing-Dienstleister von IT-Unternehmen und freiberufliche IT-Experten, die neue Kunden für Ihr Produkt- und Dienstleistungs-Angebot gewinnen wollen.

Anhand von Praxisbeispielen wird verdeutlicht

- wie Sie sich optimal auf ein Gespräch vorbereiten
- wie Sie den richtigen Ansprechpartner erreichen
- wie Sie Ihre Argumente wirkungsvoll kommunizieren
- wie Sie Interessenten mit einem konkreten Bedarf identifizieren
- wie Sie diese Interessenten als Kunden gewinnen können.

Inhaltsverzeichnis

Wer das Buch lesen sollte.....	3
Vorwort	8
1. Einführung	
Gründe für Telefonmarketing.....	11
Sinnvolle Ziele im Telefonmarketing	12
Unterschiede zum Verkaufsgespräch	15
Telefonmarketing – intern oder extern?.....	16
2. Vorbereitung	
So legen Sie Ihre Strategie fest.....	18
So finden Sie potenzielle Kunden	19
So unterstreichen Sie Ihr Profil.....	22
So unterstreichen Sie Ihr Profil.....	22
So kommunizieren Sie Ihr Angebot.....	24
Zusammenfassung	26
Checkliste	27
3. Organisation des Telefonmarketings	
Informationen über Ihr Unternehmen	29
Muster eines Informationsblatts	30
So entwickeln Sie einen Kontaktbogen	32
Muster eines Kontaktbogens/Reports	33
So entwickeln Sie einen Telefonleitfaden.....	36

So telefonieren Sie sich zu neuen IT-Kunden

Muster eines Telefonleitfadens	37
So planen Sie Ihre Anrufe	40
So buchstabieren Sie richtig	41
Buchstabiertafel.....	43
Zusammenfassung	44
Checkliste	45

4. Das Telefon-Gespräch von A-Z

Erreichbarkeit des Ansprechpartners	47
Das erste Telefon-Rendezvous.....	49
Ihr erster Interessent	51
Wie Sie Ihren Ansprechpartner ermitteln.....	55
Wie Sie Interesse wecken	56
Was Kunden kaufen.....	58
Wer richtig fragt, führt.....	60
Wer anders fragt, kommt zum Ziel.....	61
Die verschiedenen Fragetechniken	62
Wer zuhört, gewinnt	65
Bleiben Sie freundlich	68
Wie Sie Ihre Telefonaktion auswerten	70
Zusammenfassung	71
Checkliste	72

5. Hürden nehmen

Hürde Sekretärin?	74
Einwände, Vorwände und Vertröstungen.....	79
Warum Sie Einwände verfolgen sollten.....	80
Ein Vorwand als Abschirmung.....	82
Die Vertröstungs-Taktik.....	83
So erkennen Sie Kaufwillige	84
Die Frage nach dem Preis.....	85
Produkt- und Dienstleistungspreise	86
Zusammenfassung	88
Checkliste	89

6. Follow-Up

So verlieren Sie keinen Auftrag.....	91
Nachfassen nach einer Messe.....	92
Nachfassen nach Unterlagenversand.....	94
Erfolgreiche Doppel: Mailing und Telefon	96
Zusammenfassung.....	98
Checkliste	99

7. Erfolgsfaktoren für Ihren Vertrieb

Ihr Unternehmen.....	101
Ihre Produkte / Dienstleistungen.....	103
Ihr Angebot	105
Ihre Zielgruppe	107

So telefonieren Sie sich zu neuen IT-Kunden

Ihre emotionale Kompetenz und Disziplin.....	109
Zusammenfassung.....	112
Checkliste	113

8. Fallbeispiele

Beispiel 1: Systemhaus 1	114
Beispiel 2: Systemhaus 2.....	116
Beispiel 3: Web-Design.....	118
Nachwort.....	120

Vorwort

Dieses Buch unterscheidet sich vermutlich von den meisten Telefon-Trainings-Programmen, Lektionen, Trainig-on-the-Job-Methoden, deren Regeln und Vorschriften. Hier geht es um Telefonmarketing aus dem Akquise-Alltag - wie es in meiner Praxis tagtäglich stattfindet.

Meine Erfahrung aus vielen tausend Telefongesprächen mit vielen Beteiligten ist in dieses Buch eingeflossen. Das sind Gespräche mit Sekretärinnen, IT-Leitern, Leitern der Anwendungsentwicklung, Securitybeauftragten, Kommunikationsleitern, Geschäftsführern, Netzwerkverantwortlichen, Projektleitern aus dem SAP-Umfeld, Finanz- und Controlling-Chefs, Migrations-Spezialisten, CRM-Verantwortlichen aus den Bereichen Marketing und Vertrieb.

Nachdem die IT Branche jahrelang als Synonym für Wachstum stand, ist mittlerweile festzustellen, dass sich diese Branche *normalisiert* hat. Es wird weniger Geld für Experimente ausgegeben, IT-Investitionen werden dort getätigt, wo Lösungen für ein dringendes Geschäftsproblem erwartet werden.

Neue Kunden zu akquirieren ist daher nur sinnvoll, wenn Sie konkrete Lösungsvorschläge für Ihren Gesprächspartner anbieten können. Nehmen Sie Ihre Zielgruppe unter die Lupe und prüfen Sie sorgfältig, ob Ihre Argumente noch wirkungsvoll sind. Ihre Kunden und die Entscheidungsprozesse Ihrer Kunden haben sich geändert; hat sich Ihr Unternehmen entsprechend darauf eingestellt?

Es gibt keine Standardlösungen, wie Sie Ihr Unternehmen zum Erfolg führen können. Aber vielleicht kann ich Ihnen mit einigen Tipps aus der Praxis Anregungen für Ihr Unternehmen geben.

Ich möchte Sie ermutigen, Ihr Telefon zur Gewinnung neuer Kunden einzusetzen.

So telefonieren Sie sich zu neuen IT-Kunden

Mein Ziel ist es, Sie bei diesem zweifellos harten Job der Akquise mit Tipps und Empfehlungen gewinnbringend zu unterstützen.

Unprofessionellen Telefonverkäufern haben wir zu verdanken, dass Telefonmarketing nicht gerade mit einem ruhmreichen Image behaftet ist. Mit IT-Know-how, kontinuierlich, diszipliniert und seriös betriebenen Telefonmarketing, beschert Ihnen das Medium Telefon jedoch neue Kunden und höhere Umsätze.

Durch Ihre Professionalität und natürliche Freundlichkeit bleiben Sie Ihrem Gesprächspartner in guter Erinnerung, unabhängig davon, ob er sich für oder gegen Ihr Angebot entscheidet. Und sollte es ein Nein sein, so gilt dies nicht für immer.

Ob Ihr Telefonmarketing wirklich zu neuen Kunden führt, hängt nicht nur von Ihren Telefonaten ab. Die IT-Marketing Expertin Birgit Jordan erläutert Ihnen, wie Sie bereits vor dem ersten Telefonat die Weichen für den Erfolg Ihres Telefonmarketings stellen. Sie ergänzt meine Erfahrungen aus Sicht eines Telefonmarketing-Dienstleisters um ihre persönlichen Erfahrungen aus Sicht eines Beraters.

Ich wünsche Ihnen mit den nachfolgenden Seiten interessante Einsichten und Erfolg bei Ihren Erst-Kontakten.

Hella Hart

Bestellung FAX: 0451/61 12 99 30

So telefonieren Sie sich zu neuen IT-Kunden

Professionelles Telefonmarketing für IT-Unternehmen

Hella Hart, Birgit Jordan

Karsten Büttner Verlag

E-Book*: ISBN 3-9806511-5-0

Preis: 14,80 Euro (incl. MwSt.)

* Zum Lesen des E-Books im PDF-Format benötigen Sie den kostenfreien Acrobat Reader.

Die Rechnung für das E-Book bekommen Sie als PDF

Taschenbuch ISBN 3-9806511-4-2

Preis: 19,80 Euro (incl. MwSt.)

zzgl Versandkostenanteil beim Taschenbuch 3,00 Euro

Sie erhalten die Bücher mit offener Rechnung. Zahlungsziel sind 14 Tage

Anzahl

Buchauswahl

Vorname

Name

Firma

Strasse

PLZ

Ort

Land**

E-Mail

** Dieses Feld müssen Sie nur ausfüllen, wenn es nicht Deutschland ist