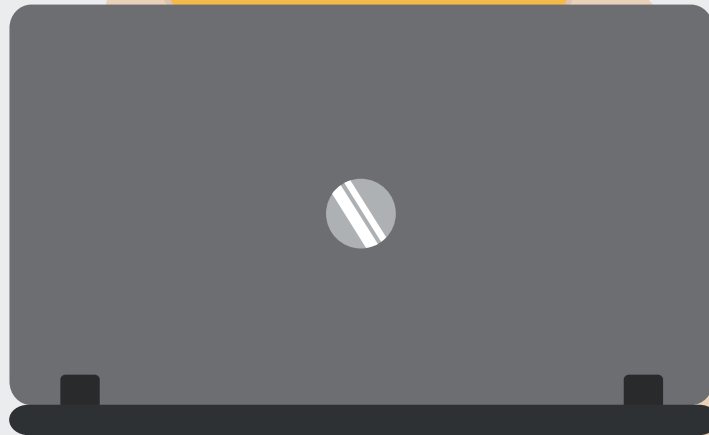




Mit der Stimme strahlen: So überzeugst Du Kunden am Telefon.



Ran ans Telefon!

ILLUSTRATION: SHUTTERSTOCK • FOTOS: PRIVAT (4)

Thomas Jeske schult Touristiker zu Kommunikationsthemen. Weitere Infos zu ihm und seinen Seminaren unter www.thomasjeske.de und über Travel & Personality.



Lieber schnell eine Mail geschrieben, als zum Hörer gegriffen. Dabei ist der direkte Draht zum Kunden oft erfolgreicher. Hier sagen Experten und Kollegen, wie man mit wenigen Tricks am Telefon überzeugt.

Britta Winkgens

Neben am Counter berät die Kollegin gerade Kunden. In der Spielecke kreischen Kinder. Und ein paar Meter weiter sitzt der Chef und brütet über einer

Statistik. Eigentlich wolltest Du den Kunden zurückrufen und über seinen Sommerurlaub sprechen. „Vielleicht schreibe ich doch lieber eine Mail“, denkst Du aber, in Anbetracht der Umstände. „Ob man Hemmungen hat, zum Hörer zu greifen, hat mit der Stimmung, der Einstellung und dem Umfeld zu tun“, sagt Thomas Jeske. Der gelernte Reiseverkehrskaufmann gibt Seminare zum Telefonverkauf und weiß, dass sich gerade unerfahrene Expis beim Telefonieren unsicher fühlen.

Dabei kann bereits die Wahl des Kommunikationsmittels darüber entscheiden, ob ein Verkaufsgespräch zum Erfolg führt. „Reiseverkauf funktioniert in erster Linie über Emotionen und die wecke ich am besten im persönlichen Gespräch“, weiß Jeske. Trotz zunehmender Bedeutung von E-Mail, WhatsApp und Co ist das Telefon für ihn neben der Beratung am Counter der wichtigste Kanal im Kundenkontakt. „Wenn das Telefon richtig genutzt wird, ist es das ideale Mittel, um zügig und persönlich ein Anliegen zu klären“, so der Kommunikationsexperte.

Das findet auch Sara Jentsch vom First Reisebüro in Lennestadt: „Ohne Telefon geht es bei uns nicht. Immer mehr Kunden, die es aus Zeitgründen nicht ins Reisebüro schaffen, rufen uns an, auch viele junge Leute.“ Für sie ist klar: In einem Gespräch erfährt man am meisten über den Kunden.

Um Hemmungen abzubauen, hilft es, sich von Kollegen Feedback zu Telefonaten geben zu lassen, rät Jeske. So bekomme man ein besseres Gefühl, wie man beim Telefonieren auf andere wirke. Wer im Gespräch

unsicher sei, könne sich vor einem Telefonat Notizen machen.

Oft unterschätzt, aber dennoch wichtig ist laut Jeske die Begrüßung. Denn sie sorgt für den ersten Eindruck beim Kunden – und der ist bekanntlich entscheidend. „Keep it short and simple“ lautet hier die Devise. Der Tipp vom Telefontrainer: Zunächst den Tagesgruß aussprechen, dann den Namen des Reisebüros gefolgt vom eigenen Namen. Dabei sollte man besonders Wert darauf legen, klar und deutlich und vor allem langsam zu sprechen. Denn ein zu hohes Sprechtempo erzeuge beim Kunden Stress und das Gefühl, er werde abgefertigt. Nicht umsonst heißt es außerdem, man solle „mit der Stimme lächeln“. Denn anders als bei der Beratung „Face-to-face“ hängt beim Telefonat viel mehr von der Stimme ab. Jeske: „Eintöniges Runterleiern gibt dem Kunden das Gefühl, nur einer von vielen zu sein.“

Neben solchen Kniffen sei vor allem eines für ein erfolgreiches Telefon-Verkaufsgespräch wichtig: gut zuhören und auf die Reaktionen des Kunden eingehen. Das tut man am besten, indem man nachfragt, auch bei negativen Reaktionen. „Bemerkt man etwa, dass der Kunde schneller atmet, lohnt es sich, nachzuhaken, was ihn stört“, sagt der Experte. So vermeidet man Missverständnisse und der Kunde fühlt sich wahr- und ernst genommen.

Interesse zu zeigen, ist laut Jeske das A und O. So kann man den Kunden etwa fragen, wie sein letzter Urlaub war, auch auf die Gefahr hin, dass er etwas zu meckern hat. Denn es zeigt: Ich kümmere mich um Dich und Dein Wohl. „Der Kunde muss das Gefühl haben, dass sein Interesse im Mittelpunkt steht.“ Dazu sollte man ihm auch genügend Freiraum geben, seine Wünsche zu äußern. Auch wenn die Zeit manchmal knapp ist – dem Kunden ständig ins Wort zu fallen, ist ein No-Go. Stattdessen hilft es, ihn zwischendurch mit Namen anzusprechen und seine Ausführungen kurz zusammenzufassen. Dadurch holt man ihn zurück ins Verkaufsgespräch. Die Gefahr beim Telefonverkauf: Da die Kommunikation rein mündlich erfolgt, scheint sie eher unverbindlich.



„Nicht jedes gesprochene Wort bleibt beim Kunden auch hängen. Deswegen biete ich am Ende eines Telefonats aktiv an, dass mich der Kunde bei Rückfragen jederzeit nochmals anrufen kann. Zudem gehe ich am Ende nochmals alles Wichtige mit ihm durch.“

Sara Jentsch
First Reisebüro, Lennestadt



„Ich versuche am Telefon keinen Fragenkatalog abzuspielen, denn das merkt der Kunde. Meine Kunden schätzen es, wenn das Gespräch nicht zu förmlich, sondern eher locker und offen ist.“

Heike Mäder
Sonnenklar-TV Reisebüro
Borlach Reisen, Weißenfels



„Die äußeren Umstände, lassen sich am Telefon oft nicht ausblenden. Deshalb sage ich dem Kunden am Telefon offen und ehrlich, wenn gerade um mich herum viel los ist und biete an, mich in einem ruhigeren Moment nochmals ausführlicher zu melden.“

Eva Röttgen
TUI Reisecenter, Hückeswagen

Umso mehr gelte es, den Kunden am Ende „festzunageln“. Jeskes Tipp: Statt Abschlussfrage die Fakten zusammenfassen und sagen: „Dann buche ich das jetzt für Sie“.

Kommt man im Gespräch trotz Bemühungen nicht auf einen gemeinsamen Nenner, sollte man den Abschluss nicht erzwingen. Stattdessen dankt man dem Kunden für das Gespräch, denn: „Dank tut gut“, so Jeske. Und wer weiß: Vielleicht ist auch der Kunde gerade von äußeren Umständen abgelenkt, merkt sich aber, wie freundlich das Gespräch war und bucht beim nächsten Mal.