

# Kaltakquise im Außendienst oder am Telefon

Von Inge Meyer

Hesel.

Trotz Glatteis und Eiseskälte nahmen 14 Teilnehmer an dem ersten Business-Frühstück am 7. Januar in der Meta Erlebnisgastronomie in Hesel teil. Verkaufstrainer Oliver Schumacher aus Lingen und Internetprofi Joe Rahn referierten bei der Vortragsveranstaltung vor den Gästen aus Ostfriesland, Ammerland und Emsland.

„Derjenige Vertriebsmitarbeiter, der ein Angebot erstellt und nicht verkauft hat, hat kostenlos gearbeitet“, brachte Verkaufstrainer Oliver Schumacher die Sache gleich auf den Punkt. Ausführlich nannte er die möglichen Einwände des Kunden, sich nicht für den Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung zu entscheiden. Diesbezüglich gab er den Zuhörern Tipps und Vorschläge, die bei der Argumentation mit dem Kunden im Verkaufsgespräch wichtig sein können.



Viele Fragen kamen seitens der Teilnehmer des Neujahrsfrühstücks an die Referenten Oliver Schumacher und Joe Rahn. Das Business-Frühstück fand zu dem Thema Verkaufsförderung in Hesel statt. Foto: Inge Meyer

Wie wichtig ist Ihnen die Qualität? Welches Budget haben Sie für Ihren Einkauf eingeplant? Und welche Vorteile sollte das

Produkt oder die Dienstleistung unbedingt haben? „Nur der Verkäufer, der genau nach dem Kundenwunsch fragt, kann ein

optimales Angebot abgeben“, so Schumacher. Dabei sollte eine offene Kommunikation mit dem Kunden angestrebt werden, wie

zum Beispiel: „Sicherlich sind wir nicht die preiswertesten Anbieter, aber dafür bieten wir Ihnen einen 24h-Service an, lassen uns regelmäßig klassifizieren, haben im Branchenvergleich als Testieger hervorragend abgeschnitten und statistisch nachgewiesen halten unsere Produkte über zehn Jahre.“ Auch das Argument, dass die Produktion umweltfreundlich verläuft, dass die Produktion in Deutschland geschieht und damit die Arbeitsplätze gesichert werden und anständige Löhne bezahlt werden, kann beim Kunden Eindruck machen und ausschlaggebend für den Verkauf sein.

„Auch eine Kaltakquise im Außendienst oder am Telefon muss umso besser vorbereitet werden“, betonte Schumacher. Dabei sollte „kein langer Dialog um den heißen Brei geschehen, sondern konkret gefragt werden“: „Was hält Sie vom Kauf dieses Produktes oder dieser Dienstleistung noch ab?“ Nur wenn der Verkäufer weiß, dass der finanzielle Punkt noch einmal

besprochen werden muss, kann er darauf eingehen. „Bei der Neukundengewinnung ist wichtig, dass Sie die bestehenden Kunden in Form von Referenzlisten oder Auskunftspersonen angeben“, hob Schumacher hervor. Dann könnten sich Neukunden bei Bestandskunden vergewissern, dass der Service wirklich top ist und die Produkte eine hohe Qualität garantieren.

**Sie wollen etwas Bekannt machen?**

Das WIRTSCHAFTSECHO präsentiert Sie auf einer optimalen Sonderseite!

**WIRTSCHAFTSECHO**

Weitere Informationen:  
**0 49 54 - 89 36 13**