

INHALT

EINLEITUNG	9
1. DIE VORBEREITUNG	11
1.1 Die innere Einstellung als Basis.....	11
1.2 Drei Schritte zur positiven Einstellung.....	12
1.3 Kassenschlager oder Flop?	13
1.4 Ziele im aktiven Telefonat	15
1.5 Kunden- und zielgruppenorientiertes Telefonieren	17
1.6 Vorinformationen sammeln und filtern	22
1.7 Telefonskript/Gesprächsleitfaden	25
1.8 Zusammenfassung	27
2. DAS BESONDERE AM TELEFON	28
2.1 Was unterscheidet Telefonkommunikation vom persönlichen Gespräch?	28
2.1.1 Wie am Telefon Bilder entstehen.....	29
2.1.2 Erzeugen Sie positive Bilder.	30
2.2 Ihre Stimme als Instrument	31
2.2.1 Ursachen für Stimmstörungen.....	32
2.2.2 Stimmhöhe und Sprechgeschwindigkeit.....	32
2.2.3 Lautstärke, Sprechrhythmus und Betonung.....	34
2.2.4 Die richtige Atmung	34
2.2.5 Weitere Tipps für die Stimmpflege	36
2.2.6 Stimmübungen	37
2.3 Die richtige Körperhaltung.....	38
2.4 Die richtige Hörerhaltung.....	40
2.5 Ein kleiner Stimmungstest.....	41
2.6 Das Mobiltelefon – Hilfe oder Hemmnis?.....	42
2.7 Wenn das Internet klingelt.....	44
2.8 Telefonkonferenzen	46
2.9 Zusammenfassung.....	48

3. DAS TELEFONGESPRÄCH.	49
3.1 Der erste Eindruck	49
3.1.1 Abheben.	49
3.1.2 Die richtige Begrüßung	50
3.1.3 Der Name des anderen	52
3.2 Die richtigen Formulierungen fürs Telefon	53
3.3 Exkurs: Die Warteschleife.	61
3.4 Richtig verbinden und Rückrufe anbieten.	63
3.5 Schwierige Telefonate mit unangenehmen Anrufern	65
3.6 Wer fragt, der führt.	66
3.6.1 Der Fragenkompass	67
3.7 Richtiges Zuhören am Telefon	70
3.7.1 Die Grundregeln des Zuhörens	71
3.7.2 Das 10-Stufen-Programm zum aktiven Zuhören.	73
3.8 Überzeugend am Telefon argumentieren	76
3.9 Die Phasen eines Gespräches am Telefon	78
3.10 Informationen festhalten	80
3.11 Zusammenfassung.	82
4. DAS TELEFON ALS VERKAUFS- UND PR-INSTRUMENT.	84
4.1 Kundenkontakte aktiv gestalten	84
4.1.1 Kundenauswahl	84
4.1.2 Festlegen eines Gesprächskonzeptes.	86
4.2 Bedarfsermittlung am Telefon	88
4.2.1 Der Kundenbedarf	88
4.2.2 Die Kaufmotive	89
4.3 Das passende Angebot.	92
4.4 Einwände positiv nutzen	94
4.4.1 Vom Einwand zur Zustimmung in drei Schritten.	95
4.4.2 14 Einwand-Techniken	98
4.5 Von der Zustimmung zum Verkaufsabschluss	102
4.6 Die acht goldenen Abschlussregeln	105
4.7 Gespräche mit Medienvertretern und Meinungsbildnern	107
4.8 Zusammenfassung.	108

5. DIE NACHBEARBEITUNG	110
5.1 Erfolge sichern – nachhaltige Kundenbindung	110
5.2 Informationsweitergabe praxisgerecht	113
5.3 Telefonnummern-Verzeichnis	115
5.4 Telefonkosten sparen	117
5.5 Voicemail	120
5.6 Telefonieren auf Englisch	123
5.7 Zusammenfassung	130
6. ZUM ABSCHLUSS: DIE NEUN WICHTIGSTEN TIPPS IM ÜBERBLICK	131
ANHANG	135
LITERATUREMPFEHLUNGEN	141
INTERESSANTE LINKS	143