

# INHALT

<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>9</b>
<b>1. DIE VORBEREITUNG</b> .....	<b>11</b>
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
<b>2. DAS BESONDERE AM TELEFON</b> .....	<b>28</b>
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

<b>3. DAS TELEFONGESPRÄCH.</b> .....	<b>49</b>
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
<b>4. DAS TELEFON ALS VERKAUFS- UND PR-INSTRUMENT.</b> .....	<b>84</b>
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

<b>5. DIE NACHBEARBEITUNG</b> .....	<b>110</b>
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
<b>6. ZUM ABSCHLUSS: DIE NEUN WICHTIGSTEN TIPPS IM ÜBERBLICK</b> ....	<b>131</b>
<b>ANHANG</b> .....	<b>135</b>
<b>LITERATUREMPFEHLUNGEN</b> .....	<b>141</b>
<b>INTERESSANTE LINKS</b> .....	<b>143</b>