

Grundlagen des Verkaufens: Dein Einstieg in das Cold Calling

Keine Sorge, der Anfang wird immer schwierig sein, und es ist normal, dass du nicht schon nach den ersten fünf Calls deine ersten Kunden gewinnst. Wenn es so einfach wäre, würde es schließlich jeder machen. Doch dieses Skript, das ich selbst erstellt habe, ist keine billige Kopie und stammt auch nicht aus irgendwelchen Kursen. Es bietet dir die volle Möglichkeit, im B2B-Bereich erfolgreich zu sein.

Du fragst dich, warum dieses Skript besser ist als alle anderen? Ganz einfach: Die meisten Skripte sind 08/15 und klingen alle gleich. Hier sind ein paar wichtige Fakten, und spätestens nach deinen ersten Cold Calls wirst du merken, warum dieses Skript das beste ist.

Vorteile und Grundlagen im Cold Calling

Was ist B2B?

Bevor wir tiefer einsteigen, hier eine kurze Erklärung: B2B steht für "Business to Business". Das bedeutet, dass du als Unternehmen einem anderen Unternehmen beispielsweise eine Dienstleistung anbietest. Es ist wichtig, dass du solche Begriffe kennst, denn du musst deinem Gesprächspartner das Gefühl geben, dass du mehr weißt als er. Vertrau mir, das tust du auch. Die Psychologie im Cold Calling ist simpel, wenn du weißt, welche Fragen du stellen musst, um die wunden Punkte des Kunden zu treffen.

Erfolgreich bei der Sekretärin durchkommen

Der erste Kontakt

Angenommen, du rufst an und merkst, dass nicht Herr Müller (der Geschäftsführer) am Telefon ist, sondern eine Frau oder ein anderer Mann. Wie gehst du vor? Ganz einfach: Lass die Person zuerst sprechen. In 99 % aller Fälle stellt sich die Sekretärin oder der Sekretär mit Vor- und Nachnamen vor. Spätestens dann weißt du, wer am Apparat ist. Falls nicht, fragst du einfach höflich nach, wer spricht.

Der "Sales-Mundgeruch"

Ein wichtiger Punkt: Die Sekretärin darf auf keinen Fall merken, dass du etwas verkaufen möchtest. Wenn sie das tut, heißt es "Game Over". Solche Situationen lassen sich nur schwer retten. Hier ist, wie du vorgehen solltest:

- Stell dich bei der Sekretärin vor: "Moin, hier ist Max." (Natürlich kannst du auch deinen eigenen Vornamen verwenden.)
- Sag dann direkt: "Ich möchte mit Nico sprechen." (Nico ist in diesem Fall der Geschäftsführer, und du solltest immer nur seinen Vornamen verwenden.)

Wenn die Sekretärin fragt, worum es geht, antwortest du am besten: "Es geht um Kommensurabilitätsfragen." Du denkst jetzt vielleicht: "Was ist das?" Keine Sorge, die Sekretärin wird sich das Gleiche denken und dich deshalb direkt weiterleiten. Falls das nicht funktioniert, kannst du nachsetzen: "Nico sollte Bescheid wissen, es geht um die Website. Da gibt es ein paar rechtliche Fragen." Mit dieser Strategie wirst du schnell beim Chef landen.

Was tun, wenn du beim Chef bist?

Herzlichen Glückwunsch, du hast es bis zum Chef geschafft! Doch was nun? Hier sind ein paar Grundlagen, die du beachten solltest:

- **Kenne dein Produkt/Dienstleistung:** Sei bestens vorbereitet und wisse genau, was du anbietest und wie es dem Unternehmen helfen kann.
- **Identifiziere das Problem:** Finde heraus, wo das Unternehmen möglicherweise Schwierigkeiten hat, und zeige auf, wie dein Angebot diese Probleme lösen kann.
- **Biete Lösungen, keine Produkte:** Der Fokus sollte immer darauf liegen, wie du dem Unternehmen helfen kannst, nicht nur darauf, was du verkaufst.

Mit diesen Grundlagen und diesem Skript bist du bestens gerüstet, um im B2B Cold Calling erfolgreich zu sein. Bleib dran, und schon bald wirst du die ersten Erfolge sehen!

Psychologie eines Chefs

Eine Sache, die ultra wichtig ist: Ein Chef will sich niemals Befehle geben lassen. Also, was machst du? Genau, du gibst ihm Befehle. Aber wie? Ganz einfach, denke immer einen Schritt weiter als er und gib ihm entweder-oder-Möglichkeiten. Du fragst dich, wie das funktionieren soll? Ganz einfach:

Nehmen wir an, du rufst an und er fragt, was das Problem ist. Du sagst: „Hm, ja, das und das würden wir für Sie machen.“ Was wäre dann? Richtig, du wärst einer von 20 Leuten, die am Tag anrufen und versuchen, ihm etwas anzudrehen, das er nicht braucht. Selbst wenn du etwas hast, das er gebrauchen könnte, wird er auflegen. Was tust du also stattdessen? Ganz simpel: Du bist ehrlich zu ihm und kommst auf den Punkt. So verschwendest weder du noch er seine Zeit. Das bringt dir Sympathie, und er hört dir gerne zu.

Wo genau geben wir ihm jetzt aber einen Befehl?

Ganz einfach: Wenn er fragt, wobei er dir weiterhelfen kann, gehst du direkt auf ihn zu und sagst:

„Moin, mein Name ist (dein Vorname) von FOE. Vorab, nur damit Sie Bescheid wissen, dies ist ein Cold Calling-Anruf. Also können Sie auflegen, oder würden Sie mir 30 Sekunden geben, um zu schauen, ob wir uns gegenseitig helfen können?“

In 90 % der Fälle wird er nicht „Nein“ sagen. Weißt du warum? Weil du ihm gesagt hast, er soll auflegen, und das hasst ein Chef. Also wird er es nicht machen und dir zuhören. Vielleicht sagt er dann etwas dazu, aber lass es nicht so weit kommen.

Schritt Nr. 2: Gib ihm gutes Feedback

Chefs lieben Anerkennung, das ist kein Scherz. Anerkennung ist der Schlüssel. Aber wie machst du das? Ganz einfach: Bevor du bei dem Unternehmen anrufst, schaust du, ob es irgendetwas gibt, das du zum Beispiel beglückwünschen kannst, z.B. ein 25-jähriges Jubiläum oder etwas Ähnliches. Sollte es so etwas nicht geben, was oft der Fall ist, sagst du Folgendes:

„Herr (Nachname), wir haben uns über Ihr Unternehmen informiert und uns ist aufgefallen, dass Sie enormes Potenzial haben. Vorab zu uns: Wir sind ein Unternehmen, das im Online- und Marketing-Bereich sehr erfolgreich ist. Wir haben uns dazu entschlossen, Ihrem Unternehmen unsere Hilfe anzubieten bzw. zu schauen, ob wir Ihnen bei Ihren Problemen helfen können. Da wäre meine Frage an Sie: Was müssten wir für Sie machen können, damit Sie bereit wären, mit uns in Kontakt zu bleiben? Und bevor Sie sagen, dass Sie nichts brauchen und in Ihrem Unternehmen alles läuft: Wir wissen beide, dass das nicht stimmt, da es immer irgendetwas gibt. Aber ich denke, da sind wir uns einig. Deswegen wäre meine Frage an Sie: Wo benötigen Sie Hilfe und was wollen Sie in den nächsten Jahren erreichen?“

Zu 90 % wird er nicht ablehnen – ein viel zu verlockendes Angebot. Und weißt du, was du zum Schluss sagst?

„Ach so, Herr Müller, wenn ich merke, dass wir Ihnen nicht weiterhelfen können, dann beende ich das Gespräch und verschwende nicht Ihre und meine wertvolle Zeit.“

Das bringt dir Sympathiepunkte, weil er merkt, dass er dir wichtig ist und du seine Zeit respektierst. Auch ein CEO hat Freizeit, geht ins Gym und hat Familie. Was machst du jetzt? Ganz einfach: Füße hochlegen und seine Antwort analysieren.

Hier ist alles möglich: mehr Automatisierung, mehr Kunden, mehr von allem. Die grundlegenden Sachen, die ein Chef will, sind Freizeit und dass sein Unternehmen läuft. Mehr interessiert die meisten nicht. Also geh auf seine Wünsche ein und sag ihm, dass wir genau die richtigen Ansprechpartner sind.

Und zwar folgendermaßen:

„Ok, also habe ich das richtig verstanden, dass das Problem so und so Sie belastet?“

Er wird erneut „Ja“ sagen, und du wirst antworten:

„Das ist doch perfekt, Herr Müller. Wir sind darauf spezialisiert und wissen sogar, wo das Problem liegt. Wir würden uns gerne mit Ihnen um das Problem kümmern. Wie klingt das für Sie?“

Er wird sagen „Gut“ und eventuell fragen, woran das Problem liegt. Dann sagst du:

„Weil es meistens der Fall ist, dass es an Ihrer Website liegt. Das ist uns schon von Anfang an aufgefallen, als wir uns Ihr Unternehmen angesehen haben. Wir haben Lücken bezüglich der SEO-Optimierung und des nicht modernen Designs erkannt, was nicht nur Ihre Kunden abschreckt, sondern auch dazu führt, dass Ihr Unternehmen nirgendwo auf Google zu finden ist, sondern erst ganz am Schluss. Aber Herr Müller, ich denke, es wäre besser, wenn wir uns das mal in Ruhe genauer ansehen. Wie wäre es, wenn wir einen Termin für ein Gespräch vereinbaren?“

Er wird so etwas sagen wie: „Ja klar, passt.“ Dann kannst du ihn fragen, worüber du ihm den Termin am besten schicken kannst, und erklärst ihm, dass es ein Link ist, über den er sich einen Termin ansehen und auswählen kann. Und jetzt? GG, du hast deinen ersten Kunden.

Es ist doch garnicht so schwer, oder? Klar, es mag dir viel vorkommen, aber was ich dir in so einem langen Text beschreibe, dauert im Gespräch zwischen 1 und 3 Minuten. Vertrau mir, Learning by Doing ist hier der Schlüssel. Viel Spaß und zieh schön durch – Erfolg kommt nicht von allein. Ach so, das Ganze wirst du noch in Gesprächsform erhalten. Ein kleiner Tipp: Beiß dich nicht zu fest an dem Skript fest, sondern entwickle deine eigene Sprechweise mit dem Kunden.

Beispiel für ein Cold Calling Gespräch

Sekretärin:

- „Guten Tag, Firma Müller GmbH, mein Name ist Anna Weber. Wie kann ich Ihnen helfen?“

Du:

- „Moin, hier ist Max. Ich möchte gerne mit Nico sprechen.“

Sekretärin:

- „Worum geht es denn, wenn ich fragen darf?“

Du:

- „Es geht um Kommensurabilitätsfragen.“

Sekretärin:

- „Kommensurabilitätsfragen? Was genau meinen Sie damit?“

Du:

- „Keine Sorge, Nico sollte Bescheid wissen. Es geht um die Website. Da gibt es ein paar rechtliche Fragen.“

Sekretärin:

- „Einen Moment, ich verbinde Sie.“

Nico Müller:

- „Hallo, Nico Müller am Apparat. Worum geht's?“

Du:

- „Moin, Herr Müller, mein Name ist Max von FOE. Vorab, nur damit Sie Bescheid wissen: Dies ist ein Cold Calling-Anruf. Also können Sie auflegen, oder würden Sie mir 30 Sekunden geben, um zu schauen, ob wir uns gegenseitig helfen können?“

Nico Müller:

- „Hm, na gut, legen Sie los.“

Du:

- „Perfekt, danke Ihnen. Herr Müller, bevor ich zum Punkt komme, möchte ich Ihnen ein Kompliment machen. Wir haben uns über Ihr Unternehmen informiert und es ist uns aufgefallen, dass Sie enormes Potenzial haben. Jetzt zu uns: Wir sind ein Unternehmen, das im Online- und Marketing-Bereich sehr erfolgreich ist. Wir haben uns dazu entschlossen, Ihnen unsere Hilfe anzubieten, um zu schauen, ob wir Ihnen bei Ihren Problemen helfen können.“

Nico Müller:

- „Interessant, aber ich bin nicht sicher, ob wir momentan wirklich Hilfe benötigen.“

Du:

- „Das verstehe ich, Herr Müller. Aber wir wissen beide, dass es immer irgendetwas gibt, das man optimieren kann. Ich denke, da sind wir uns einig. Wo sehen Sie denn Potenzial für Verbesserungen in den nächsten Jahren?“

Nico Müller:

- „Ehrlich gesagt, läuft bei uns alles rund. Wir haben gerade eine neue Marketingstrategie eingeführt.“

Du:

- „Das klingt gut, Herr Müller, und es freut mich zu hören, dass Ihre Strategie Früchte trägt. Aber oft zeigt sich nach der Einführung neuer Strategien, dass kleine Anpassungen einen großen Unterschied machen können. Was wäre Ihrer Meinung nach das nächste Ziel, das Sie mit Ihrer Website erreichen möchten?“

Nico Müller:

- „Nun ja, wir wollen definitiv mehr Sichtbarkeit bei Google erreichen.“

Du:

- „Genau da kommen wir ins Spiel. Wir haben festgestellt, dass Ihre Website Potenzial hat, aber es gibt einige Lücken in der SEO-Optimierung und im Design. Diese könnten dazu führen, dass Ihre Website nicht so gut bei Google rankt, wie sie es könnte. Wenn wir das optimieren, könnten Sie deutlich mehr Traffic generieren. Wie klingt das für Sie?“

Nico Müller:

- „Das klingt interessant, aber wir haben bereits eine Agentur, die sich um unsere SEO kümmert.“

Du:

- „Das ist super, Herr Müller. Es ist immer gut, eine solide Basis zu haben. Was wir anbieten, ist jedoch eine zusätzliche Perspektive. Manchmal kann ein frischer Blick helfen, noch mehr aus der bestehenden Arbeit herauszuholen. Wir könnten uns Ihre aktuelle SEO-Strategie gemeinsam ansehen und schauen, ob es Möglichkeiten zur Verbesserung gibt. Wäre das für Sie von Interesse?“

Nico Müller:

- „Das könnte sinnvoll sein. Was schlagen Sie vor?“

Du:

- „Wie wäre es, wenn wir einen Termin für ein Gespräch vereinbaren? Dann können wir uns Ihre Website genauer ansehen und gemeinsam herausfinden, wo es noch Potenzial gibt. Ich schicke Ihnen einen Link, über den Sie einen passenden Termin auswählen können. Wäre das in Ordnung?“

Nico Müller:

- „Ja, das passt. Schicken Sie mir den Link.“

Du:

- „Vielen Dank, Herr Müller. Ich freue mich auf unser Gespräch und wünsche Ihnen noch einen erfolgreichen Tag!“

Nico Müller: „Danke, Ihnen auch. Auf Wiederhören.“

Schlussfolgerung:

- Herzlichen Glückwunsch, du hast einen Termin vereinbart! Dieses Gespräch, obwohl detailliert, dauert meist nur 1 bis 3 Minuten. Der Schlüssel liegt darin, das Gespräch flüssig zu halten und flexibel auf Einwände zu reagieren. Viel Erfolg beim Umsetzen und bleib dran
- – Erfolg kommt nicht von allein. Anpassungen an deine eigene Sprechweise machen das Gespräch noch effektiver!