
Intelligente Telefonakquise

Die 6 Schritte eines perfekten telefonischen Verkaufsgesprächs

Schritt 1: „Die Vorstellung“ (Den Namen nennen)

(die 10 bis 15, Sekunden die Sie in Kontrolle versetzen)

Hallo, hier ist _____ (Ihr Name) von _____ (Händlerbetrieb). Unser Verkaufsleiter hat Ihnen eine Einladung in einem leuchtend bunten Umschlag geschickt. Haben Sie diese erhalten? (Ja – sehr gut/ Nein – kein Problem, ich kümmere mich darum) _____ (Verkaufsleiter) hat mich gebeten, Sie zu fragen, ob Sie noch Ihren _____ ? (derzeitiges Auto) fahren, den Sie bei uns vor (12, 18, 24, 36) Monaten gekauft haben. (Ja – sehr gut / Nein – Was fahren Sie denn jetzt? Seit wann?). Der Hersteller hat sich an uns mit einer persönlichen Frage an Sie gewandt: Gefällt Ihnen Ihr Auto immer noch so gut wie am ersten Tag, als Sie damit nach Hause gefahren sind? (Ja/Nein/Super).

Schritt 2: „Der Handel“ (Wie schaut's aus?)

(Der Kunde fühlt sich jetzt im Gespräch wohl, weil er sein eigenes Auto besser kennt als Sie und möchte gerne mit Ihnen Informationen über sein Auto teilen.)

Gefällt Ihnen Ihr Auto immer noch so wie am ersten Tag, als Sie damit nach Hause gefahren sind? JA? NEIN?

Kunde sagt ja – sehr gut! **Was gefällt Ihnen denn am besten? Wie viele Kilometer sind Sie denn schon gefahren? Was war Ihre längste Fahrt? Würden Sie etwas anders machen? Was für ein Auto hatten Sie vorher? Würden Sie dasselbe Auto nochmal kaufen oder ein anderes? Warum ?**

Kunde sagt nein – haben sich Ihre Vorlieben verändert, oder hat sich das Auto verändert? Es muss Ihnen doch eine Last sein, immer noch für ein Auto zu bezahlen, das Ihnen nicht mehr gefällt.

In beiden Fällen können Sie Ihren Kunden jetzt nach seinem derzeitigen Fahrzeug und genau das ist der Schlüssel dazu, dass sich der Kunde sicher fühlt – diesen Teil sollten Sie den Sie bereits jetzt schon sicher beherrschen. Dies ist das Qualifizierungsverfahren, das Sie jeden Tag anwenden! **MACHEN SIE SICH SCHRIFTLICHE NOTIZEN.**

Schritt 3: „Zuhören“

Hören Sie sich die Geschichte des Kunden an, achten Sie auf seine Wortwahl, die Art der Sprache. Was ist dem Kunden wichtig? **Wirtschaftlichkeit? Leistung? Optik? Technik? Spezielle Ausstattung?** Fragen Sie oft nach dem „WARUM“ und versuchen Sie sich auf die Ebene eines „guten, freundschaftlichen Gesprächs“ vorzuarbeiten. HÖREN Sie dem Kunde gut ZU, wenn er erzählt – er wird Ihnen die Informationen geben, die Sie für eine erfolgreiche Gesprächsführung benötigen.

Schritt 4: „Das Angebot“

It is essential we have built value with the 'story of the sale' before we make our offer of an appointment to attend the event. *(relating this story to the customer's language and building value in what we are about to offer is key).*

Fortsetzung: Intelligente Telefonakquise

Schritt 5: „Der Abschluss“

(Wenn wir die Schritte 1 bis 4 befolgt haben, sollte die Antwort zu diesem Zeitpunkt eher positiv als negativ ausfallen). Allerdings fragen wir zum jetzigen Zeitpunkt immer noch nicht nach einem Termin. Was wir dem Kunden mitteilen, ist, dass der Hersteller ihm eine unverbindliche **ANGEBOTSÜBERPRÜFUNG** anbieten möchte.

Wir können jetzt die Sonderangebote, die im Rahmen der Verkaufsveranstaltung zur Verfügung stehen, und das Angebot des Herstellers an Sie persönlich kombinieren und Ihnen einen Vorschlag unterbreiten.

Können Sie bestätigen, dass die folgenden zwei Dinge passieren müssen, bevor jemand ein neues Auto kauft?

1. Das richtige Auto muss gefunden werden; ein Auto, das zu dem Kunden und seiner Familie besser passt, als das, welches er zurzeit fährt.
2. Der Preis muss stimmig sein.

Wenn diese beiden Voraussetzungen zutreffen, sagen potenzielle Kunden normalerweise ja!

Vergessen Sie nicht bei der Terminvereinbarung zu FRAGEN: Ist Ihr Auto vorzeigbar? Könnten Sie mir einen Gefallen tun? Können Sie Ihr Auto vorher außen und innen sauber machen? Führen Sie das Gespräch auf eine Terminvereinbarung hin. Nutzen Sie die sich aus der kommenden Verkaufsveranstaltung ergebende Dringlichkeit, um einen Termin zu vereinbaren.

Schritt 6: „Mehr draus machen“ – Jeder Kontakt zählt, bitten Sie um Empfehlungen

Wenn Ihr Kunde nicht kaufinteressiert ist, fragen Sie ihn nach einer Weiterempfehlung. Fragen Sie Folgendes: „Ich möchte Sie um etwas bitten. Sowohl ich als auch der Hersteller möchten nicht, dass IHRE wertvolle Einladung umsonst war. Könnten Sie mir den Namen eines Angehörigen, Arbeitskollegen oder von jemandem aus Ihrem Freundeskreis geben, der sich derzeit für einen Neuwagenkauf interessiert?“

Vergessen Sie nicht, Ihrem Kunden seinen PERSÖNLICHEN Zugangscode zu geben
(die letzten vier Zahlen Ihrer Handynummer, gefolgt von Ihren Initialen)

Warum nach einer Empfehlung fragen wenn daraus so gut wie nie ein Kontakt wird?

Wenn wir Kunden um einen Gefallen bitten, sind sie oft hilfsbereit. Wenn Sie dann noch einen Bonus von 50 oder 100 für eine Weiterempfehlung anbieten, werden Sie feststellen, dass 80 bis 90 % der Leute Ihnen für den Anruf danken.

Dies beendet das Gespräch mit einer positiv besetzten Rückzugsstrategie.

Fortsetzung: Intelligente Telefonakquise

Warum es funktioniert, den Namen zu nennen

Dies beinhaltet drei geschlossene Fragen, die auf drei Ja- oder Nein-Antworten abzielen. Sie können damit die Antwort auf jede Frage im Voraus planen. Am Ende der „Vorstellung“ werden Sie mit dem Kunden über dessen Fahrzeug sprechen, ein Thema, bei dem der Kunde mehr weiß als Sie und oft ausgeprägte Meinungen - entweder positiv oder negativ - hat. Das erlaubt dem Kunden, sich zu entspannen und Ihnen die Informationen zu geben, die Sie im nächsten Schritt benötigen.



DIE GESCHICHTE VOM BANKKONTO:

Wie oft schauen Sie sich Ihr Bankkonto an? (Monatlich, wöchentlich, täglich)

Meinen Sie nicht auch, dass die meisten Menschen mindestens einmal in der Woche ihr Bankkonto anschauen?

Wann haben Sie das letzte Mal den Wert Ihres Fahrzeugs berechnet? Nicht was sie noch abzahlen müssen, sondern was es wirklich wert ist. Die meisten Leute haben mehr Geld in ihrem Auto stecken als bar auf dem Konto. Die meisten sind enttäuscht über Angebote zur Inzahlungnahme, weil sie es einfach auf die lange Bank schieben und sich zu spät entscheiden.

Was ist Ihr Auto heute wert? Möglicherweise sind Sie sich dessen gar nicht bewusst, aber der Zeitpunkt könnte jetzt ideal sein, um sich zu verbessern.

WIR WOLLEN IHREN GEBRAUCHTWAGEN IN ZAHLUNG NEHMEN:

Gute Gebrauchtwagen sind rar, es besteht ein Nachfrageüberhang von 20 % in Großbritannien und Europa. Dadurch wird es immer schwieriger für Händler, noch genügend Bestandsfahrzeuge zu haben. Wir haben 2 Quellen für unsere Fahrzeuge: Entweder wir nehmen an landesweiten Versteigerungen teil und konkurrieren mit jedem anderen Händler im Land, oder aber wir belohnen unsere Stammkunden, indem wir es Ihnen durch finanzielle Anreize ermöglichen, schneller als normalerweise geplant in ein neues Fahrzeug zu wechseln.

DER BESTE WEG, EIN AUTO ZU BESITZEN

(so wie es Großunternehmen und Mietwagenfirmen machen):

Wenn wir große Unternehmen und Mietwagenfirmen betrachten, stellen wir fest, dass diese ihre Autos in einer bestimmten Art und Weise bewirtschaften: Sie besitzen ihre Fahrzeuge normalerweise zwei Zyklen lang, nämlich entweder 25,000 oder 50,000 Kilometer. Das entspricht im Durchschnitt 18 bzw. 36 Monaten in Privatbesitz (basierend auf 15.000 km/Jahr). Diese Fahrzeuge sind auf dem Markt sehr begehrt, und sie bringen den bestmöglichen Erlös, wenn zu diesem Zeitpunkt das Fahrzeug gewechselt wird.

VERKAUFSVERANSTALTUNG MIT UNTERSTÜTZUNG DES HERSTELLERS:

Umverteilung von geplanten Werbeausgaben – der Hersteller macht hier finanzielle Mittel verfügbar, die normalerweise in die Werbung – TV, Zeitung, Radio - fließen würden und unterstützt damit direkt unsere ausgewählten Kunden durch Bestpreise und Spezialangebote.