



Business Flirt

Wie im Leben, so auch im Job

In der Maiausgabe vom SCOUT schilderte Daniel Schwanck, Outbound-Profi mit nachweislich hoher Erfolgsquote, wie er die ‚Vorzimmerdrachen‘ für sich gewinnt, um das alles entscheidende „Ich stelle Sie zu unserem Geschäftsführer durch“ zu erhalten. Nur wenige Sekunden entscheiden über Erfolg oder Korb.

Frau Wichtig, der Vorzimmerdrache, erinnert sich sofort an Sie – Ihr letzter Anruf liegt zwar schon 3 Monate zurück und Sie sind nur einer von vielen, die Herrn Hochheilig sprechen wollen, aber Ihr Charme und die nette Postkarte aus dem Urlaub haben sich tief in Frau Wichtigs Gedächtnis gegraben. Ihre freundliche Nachfrage, ob der Urlaub auf Mallorca so schön war wie erhofft, weckt warme Erinnerungen.

Ich war auch vor Jahren mal auf Mallorca...

Außerdem weiß sie immer noch nicht, was ein toter Spanner ist. Der ist ‚weg vom Fenster‘, erfährt sie jetzt – und wieder mal ist ihr Chef, Herr Hochheilig, hoch verwundert, wie gut gelaunt Madame plötzlich ist, als sie Ihr Gespräch durchstellt.

Damals hat mein bester Freund mich seiner Schwester vorgestellt...

Zeit hat er ja gerade, denn Sie sind Frau Wichtigs Empfehlung gefolgt, zu Beginn des Quartals anzurufen, am besten am

Montag ab 10 Uhr, wenn das Wochenaufakt-Meeting vorbei ist und der nächste Termin in Herrn Hochheiligs Kalender erst eine halbe Stunde später eingetragen ist.

Sie wollte schon längst mit ihrem Freund Schluss machen...

Herr Hochheilig hat sein Wochenende genossen, kam früh ins Büro, hat kurz mal in der Etage oben drüber rein geschaut und für gutes Wetter und grünes Licht gesorgt, hat sich die Aufgaben für die Ebene unter ihm gut überlegt, im Meeting geschickt vermittelt und startet nun mit dem Gefühl in die Woche, dass das meiste geregelt ist, alle nach seiner Pfeife tanzen und das Budget für dieses Quartal mehr als reichen dürfte.

Eigentlich hatte sie vom Mannsvolk bis auf Weiteres die Nase gestrichen voll...

Da ist es halb so wild, dass wieder mal ein wildfremder Key-Accounter anruft, der ihm etwas schmackhaft machen will,

das er eigentlich gar nicht braucht. Bräuchte er es, hätte er es schon längst. Aber wer weiß? Schließlich gilt für alles, was er jetzt hat, dass es mal einen Zeitpunkt gab, an dem er es noch nicht hatte – sei es die Software, den Lieferanten, die grauen Haare oder die Erfahrung, dass alle, die nur sein Bestes wollen, in Wirklichkeit sein Bestes ihr Eigen machen wollen.

Es war der Abend des ersten Tages ihres ersten Urlaubs ohne ihn seit Jaaahren...

Und wie es der Zufall will, ist es jetzt sogar gerade der richtige Zeitpunkt (das bevorstehende Auslaufen des alten Vertrages, die geplante Ausschreibung, der Streit mit dem Haus- und Hoflieferanten), zu dem Frau Wichtig Sie ihm mit den Worten „Sie suchen doch gerade...“ und „Ich glaube, der könnte Sie interessieren“ durchstellt.

Und prompt nutzt ihr großer Bruder die erste Chance für den Versuch, sie zu verkuppeln!...

Nach all den Jahren, die er brauchte, um seinen Thron zu erklimmen, schmunzelt er inzwischen schon, wenn ein Anrufer Herrn Hochheiligs Namen während des Gesprächs in jedem zweiten Satz an den Satzanfang stellt und wenn die wohlgewählten Worte wie auswendig gelernt klingen, wenn geschlossene Fragen mit vorhersehbar positiven Antworten, offene Fragen und Alternativfragen sich abwechseln und der Anrufer auf jeden Einwand mit „Genau! Deshalb möchte ich Ihnen ja...“ antwortet.

„Komm, lass schon hören: Mein Haus, mein Auto, mein Titel!“ – ihre Blicke sprachen Bände...

Sie sind da etwas anders, wenn Sie klug sind! Sie sind sich dessen bewusst, dass jemand in Herrn Hochheiligs Position selbst Verkäufer-Schulungen beauftragt und auch mal hineinschnuppert, dass neurolinguistische Programmierung ganz schnell zum abrupten Ende Ihres Gesprächs führen kann und dass Menschen in seiner Position fast immer demjenigen in die Augen schauen wollen, zu dessen Gunsten sie einen Auftrag signieren.

Die hochgezogene linke Augenbraue, der lang ausgestreckte Arm bei der Vorstellung...

Er will sich einen optischen Eindruck machen, die Temperatur, die Festigkeit des Händedrucks spüren, die Körpersprache beurteilen, die Statussymbole einschätzen, den Schneider erkennen, die Glaubwürdigkeit des Versprochenen anhand der Schweißbildung, der Blickrichtung, der Dauer des Augenkontaktes, der Mimik erleben, er will wissen, ob Sie sich riechen können.

„Anschau kost ja nix!“ las ich in ihren Augen...

Darum gehen Entscheider von vornherein mit dem Vorsatz in ein (nicht von ihnen selbst initiiertes) telefonisches Akquisitionsgespräch, während dieses Gesprächs sowieso keine Entscheidung zu treffen.

Zumindest hatte sich die Augenbraue dabei ein wenig gesenkt...

Wenn Sie bereits zu Beginn Ihres Gesprächs eben dies thematisieren – dass Sie jetzt, in diesem ersten Telefonat keine Entscheidung wollen, sondern nur um ein erstes persönliches Gespräch bitten – ist die zweite Hürde gefallen.

„Dein Bruder spricht dauernd von dir; bin ja mal gespannt, was da dran ist.“

Vermeiden Sie es dabei in dieser Phase des Telefonats sich zu erkundigen, ob dieses Gespräch in Ihrem oder in Herrn Hochheiligs Hause stattfinden soll – bleiben Sie vage.

„Höchstens die Hälfte! Und was davon war interessant für Dich?“

Sein erstes entscheidendes „Nein“ haben Sie vermieden, indem Sie die Frage gar nicht erst gestellt haben – zumindest nicht präzise genug.

„Die vielen kleinen Unterschiede!“

Ebenso vermeiden Sie die Aufforderung, ihm erst einmal Info-Material zu schicken, da Frau Wichtig ihm gerade den Farbausdruck Ihres Pdfs auf den Schreibtisch legt, auf dem die wichtigsten Informationen bereits angestrichen sind. Sie haben den Wunsch, den er gar nicht erst aussprechen musste, schon erfüllt und eine viel zu frühe „Ich melde mich dann...“-Vertagung des mühsam herbeigeführten Gesprächs von vornherein vermieden.

„Zwischen mir und ihm – oder zwischen mir und den anderen?“

Der einzige Gesprächsleitfaden, den Sie nun noch brauchen, ist genau dieses Info-Material – und Ihre Website, zu der Frau Wichtig ihm just in dem Moment einen Link schickt und die Sie jetzt gemeinsam mit ihm durchgehen. Lesen kann er selber, daher sollte Ihre Wortwahl die eines Gesprächs sein:

„Zwischen dir und mir und dem Rest der Welt.“

Fassen Sie die jeweilige Seite der Broschüre oder der Homepage in jeweils einem Satz zusammen – länger braucht er ►►

nicht, um sie zu überfliegen – und ergänzen Sie sie mit seinem Bedarf ähnelnder Beispiele, Referenzkunden aus seiner Branche, mit typischen Angebotspaketen für seine Unternehmensgröße, gelungenen Objekten in seiner Region und repräsentativen Empfehlern in seiner Position.

„Mich interessieren ja mehr die Gemeinsamkeiten.“

Je mehr Parallelen Ihnen zwischen Ihren Erfahrungen und seinen individuellen Eigenschaften und Bedürfnissen bekannt sind und von Ihnen thematisiert werden, desto öfter wird er mit dem Kopf nicken (das spüren Sie durch die Leitung), die Lippen spitzen und lächeln – Sie hören es genau! Wenn Sie einen Spiegel an Ihrem Arbeitsplatz angebracht haben, können Sie es sogar sehen, weil Sie in einem echten Gespräch ganz automatisch Ihren Gesprächspartner reflektieren.

„Das kann dauern – in den meisten Dingen sind sich die meisten Menschen völlig gleich.“

Wenn Herr Hochheilig nicht gerade an Lippenlähmung leidet, wird er Ihnen Vorlagen geben und es so möglich machen, diesen Dialog gleichberechtigt und gemeinsam zu führen.

„Und was macht ausgerechnet UNS dann so besonders?“

Wenn die Chemie stimmt, kann es dabei recht persönlich werden. Wenn es dabei recht persönlich wird, stimmt die Chemie! Das ist wichtig! Denn so bedarfsgerecht Ihr Angebot, so unique Ihre Selling Propositions und so konkurrenzlos Ihr Portfolio auch sein mögen – Personality sells. Und zwar so ganz nebenbei.

„...“

Nur in wenigen Fällen wird es bei diesem Gespräch ins technische oder preisliche Detail gehen. Sie sind immer noch in der Aufwärmphase. Anekdoten, Erfahrungen, Erinnerungen, Erlebnisse, Pointen, Wohnorte, Studienplätze, Hobbies, Reiseziele, von denen Sie und er jede Menge haben und von denen sich viele der Ihren und der seinen ähneln, finden Sie in keinem Gesprächsleitfaden. Sie kommen spontan und gesprächssituationsbedingt zur Sprache und bilden genau den Unterschied zwischen Ihnen und Ihrem Wettbewerber, auf den es ankommt.

„...“

Wenn Sie dabei - so ganz nebenbei - hinter jeden fachlichen Inhalt, der für Herrn Hochheilig entscheidungsrelevant sein dürfte, einen Haken gemacht haben und dabei signalisiert

haben, dass Sie zumindest wissen, wovon Sie reden (und nicht jetzt gerade Software und im nächsten Gespräch schon Erlebnisreisen anbieten), sollten Sie das Ende des Gesprächs herbei führen.

Bringen Sie nicht ihn in diese Verlegenheit.

„Wow, der Tag ist gleich rum!“

Vielleicht sind Sie sich ja jetzt schon so einig, dass Sie ihm ein Angebot im Sinne des besprochenen Bedarfs schicken können. Dann sollten Sie eine Uhrzeit am selben Tag definieren, zu der er damit rechnen kann, ebenso wie einen festen Termin, - frühestens eine Nacht, die er darüber schlafen kann, danach - an dem Sie über den Inhalt des konkreten Angebots sprechen können, falls er sie nicht schon vorher mit der Übermittlung des Auftrages überrascht.

„Ich glaub echt, dass du erst mal ne Pause brauchst!“

Wenn nicht, dann sollten Sie ihn einladen, Sie zu besuchen und sich ein persönliches Bild von Ihrem Unternehmen, Ihnen selbst und Ihrem Produkt zu machen und mit dem technischen Fachpersonal oder Ihrem entscheidungsbefugten Vorgesetzten zu fachsimpeln.

„Und ich glaub, das ist schon die Pause. Und irgendwie hoffe ich, dass die Klingel kaputt ist!“

Ihn zu besuchen oder den Besuch Ihres regionalen oder fachlich kompetenteren Kollegen oder Ihres hierarchisch höheren und eher auf seinem Level angesiedelten Mitarbeiters zur Debatte zu stellen, sollte die zweite Wahl sein – und zwar seine Wahl.

Schweigen Sie an dieser Stelle lieber ein paar Sekunden, statt Ihren Besuch anzubieten. Sie werden sich wundern, wie oft die Einladung unaufgefordert von Herrn Hochheilig ausgesprochen wird, wenn er zuvor Ihre Einladung erhalten hat.

„Ich habe im Hotel einen echt schönen Pausenraum!“

Dieser kleine Unterschied hat eine sehr große Wirkung auf das Ergebnis des nun vereinbarten persönlichen Gesprächs: Aus Einladungen, denen man folgt, resultieren mit mehr als doppelt so hoher Wahrscheinlichkeit Aufträge als aus Selbst-Einladungen! ■



Daniel Schwack

b-k-p Consulting GmbH
Frankfurt a. M.