

Neu- und Bestandskundenakquise im Innendienst

Vertriebspotenziale in der Kundenbeziehung gezielt nutzen.

Der Innendienst nimmt im Kundenkontakt eine wichtige Rolle ein: Es gilt häufig nicht nur, Rückfragen des Kunden zu beantworten, Aufträge zu erfassen und Angebote sowie Rechnungen zu erstellen, sondern auch mögliche Beschwerden bzw. Retouren zu bearbeiten. Darüber hinaus entlastet der Innendienstmitarbeiter seinen Vertriebsaußendienst heutzutage immer mehr in punkto Verkaufsförderung bzw. Vertriebsunterstützung.

Ihr Nutzen

Im Rahmen dieses Seminars erfahren Sie, wie Sie als versierter Innendienstler den tatsächlichen Kundenbedarf bei Anfragen, Bestellungen, Beschwerden noch besser erfassen und Kaufpotenziale beim Anrufer erkennen können, um Ihren Vertriebsaußendienst effektiv zu unterstützen bzw. den (Mehr-) Verkauf anzukurbeln.

Am ersten Seminartag werfen wir einen Blick darauf, welche persönlichen Stärken und auch mögliche Blockaden Sie als Innendienstler mitbringen und wie Sie Ihre „Verkaufsorientierung“ stärken können. Sie erfahren, mit welchen „Gesprächsaufhängern“ Sie in der telefonischen Neukundenakquise am besten einsteigen und wie Sie bei Neukundenanfragen und Bestellungen von Bestandskunden gezielt einen Zusatzbedarf qualifizieren können. Hierzu werden Sie mit dem sogenannten ISKA-Modell als Konzept einer bedarfs- und abschlussorientierten Frage-/Gesprächsführung vertraut gemacht.

Am zweiten Seminartag fokussieren wir uns darauf, wie Sie Vor- und Einwänden Ihrer Neu- wie Bestandskunden souverän begegnen bzw. wie Sie diesen unangenehme Nachrichten gekonnt übermitteln können. Darüber hinaus lernen Sie den Mehrwert/Nutzen Ihrer Produkte bzw. Dienstleistungen dem (Neu-) Kunden gegenüber noch überzeugender zu kommunizieren, sei es im eigentlichen Kundentelefonat oder später im möglichen Preis-/Verhandlungsgespräch am Telefon.

Inhalte

- Der verkaufsstarke Innendienst: Zusammenarbeit und Schnittstellenkommunikation mit anderen Funktionsbereichen
- Kennenlernen der eigenen Verkäuferpersönlichkeit sowie Umgang mit verschiedenen Kundentypen
- Gesprächseinstieg/-übergang: Begrüßung und passende "Gesprächsaufhänger" in der telefonischen Neukunden-/Bestandskundenansprache
- "Wer fragt der führt": Das ISKA-Modell einer bedarfs- und abschlussorientierten Frage-/Gesprächsführung im verkaufsorientierten Telefonat
- Einwand-/Beschwerdebehandlung: Den Vorbehalten und Reklamationen des Gegenübers gekonnt begegnen
- Buying Center: Adressatengerechte Kommunikation mit Kaufentscheidern und -beeinflussern
- Verhandlungs-/Preisgespräche am Telefon erfolgreich führen
- "Wie sage ich es dem Kunden?": Unangenehme Botschaften souverän übermitteln

Zielgruppe

Mitarbeiter aus dem Service-/Vertriebsinnendienst, Kundenservice bzw. der Auftrags-/Verkaufssachbearbeitung, die im (telefonischen) Kundenkontakt stehen

Methoden

Trainerinput, Diskussion, praktische Beispiele, Einzel-/Gruppenarbeit, Coaching, Praxisübungen

Hinweise

Max. Teilnehmerzahl: 10 Personen
Dauer: 2 Tage

Aktuelle Termine und Preise entnehmen Sie bitte unserer Internetseite
[Neu- und Bestandskundenakquise im Innendienst](#)

Seminarkennziffer: E17