

Telemarketing

Erfolgreich mit Telemarketing Kunden generieren

Telemarketing und Kundenakquise

Telemarketing ist eine hervorragende Marketingmethode, die sich durch die vielfältigen Vorteile bei der Verwendung, zu einer weltweit etablierten Technik entwickeln konnte. Die telefonische Akquise gilt als wichtiger Bestandteil innerhalb von Unternehmen und bietet die idealen Voraussetzungen zielgerichtet und individuell mit potenziellen Kunden in Kontakt treten zu können. Denn bekanntlich wachsen nur Unternehmen kontinuierlich, die beständig und aktiv Kontaktaufnahmen betreiben.

Was ist Telemarketing und welche Formen von Telemarketing gibt es? Das erfahren Sie hier:

Inhalt

Telemarketing und Kundenakquise	1
Was ist Telemarketing?.....	2
Wann ist Telemarketing erlaubt?	2
Telemarketingformen.....	2
Was sind die Vorteile von Telemarketing?	3
Was sind Ziele des Telemarketings?.....	4
Was sind Grundvoraussetzungen für eine professionelle Telefonakquise?.....	5
Fazit.....	6
Kontakt.....	8

Was ist Telemarketing?

Unter Telemarketing werden alle Maßnahmen im Bereich B2B und B2C eines Unternehmens zusammengefasst, die mit dem weitreichenden Bereich der Kundenakquise, dem direkten Vertrieb sowie der unmittelbaren Kundenbetreuung im Zusammenhang stehen. Die mündliche Beratung eines bestehenden Kunden oder ein Vertragsabschluss mit einem Neukunden kann hierbei entweder direkt von dem Unternehmen oder von externen beauftragten Dienstleistern durchgeführt werden. Abhängig von der Zielgruppe, mit der das Unternehmen operieren möchte, gelten in Deutschland strenge gesetzliche Regelungen im Bereich Telemarketing. Deshalb darf Telemarketing nur unter Beachtung, der von der Rechtsprechung entwickelten Voraussetzungen und Grenzen, auf rechtlich zulässigem Boden betrieben werden. Die Einsatzmöglichkeiten von Telemarketing sind sehr vielseitig, fördern die Generierung von neuen geschäftlichen Kontakten und tragen zum Umsatzwachstum bei.

Wann ist Telemarketing erlaubt?

Das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) unterscheidet hierbei zwischen der Ansprache von Kunden (B2C) und der Ansprache von Abnehmern (B2B). Das UWG besagt, dass eine geschäftliche Handlung, die einen Marktteilnehmer auf unzumutbare Weise belästigt, unzulässig ist. Daher dürfen Kunden (B2C) ohne vorherige Einwilligung nicht telefonisch angesprochen werden. Die telefonische Ansprache von Abnehmern (B2B) im Rahmen von Geschäftsbeziehungen und Verträgen ist vielmehr erlaubt.

Besonders finanzielle und zeitliche Aspekte führen dazu, dass nicht jeder Kunde persönlich besucht werden kann. Daher bietet Telemarketing eine direkte und verbindliche Form der Kundenansprache, bei der die Chance besteht, mit diversen potenziellen Kunden ins Gespräch zu kommen.

Telemarketingformen

Die Formen des Telemarketings werden nach Maßgabe des Initiators des Telefonkontaktes eingeteilt. Agiert das Unternehmen als Initiator des Telefongespräches, so ist von einem Outbound-Kontakt oder einem aktiven Telemarketing auszugehen. Ein passives Telemarketing oder auch ein Inbound-Kontakt entsteht, wenn der Kunde oder Interessent als Initiator handelt.

Aktives Telemarketing

Beim aktiven Telemarketing wird entweder der B2B Bereich oder der B2C Bereich angesprochen. Unter B2B ist die gewerbliche Ansprache zu verstehen. B2C hingegen konzentriert sich auf die Ansprache privater Kunden oder Nichtkunden. Besonders im Bereich B2B gilt die Outbound-Methode nach wie vor als eine der effektivsten und kosteneffizientesten Vertriebskommunikationen.

Passives Telemarketing

Bei der Inbound-Methode geht der Impuls vom Kunden aus, indem der Interessent beim Unternehmen anruft. Bei Rechtsbelangen kann diese Form außer Acht gelassen werden, da hier eine Einwilligung vorausgesetzt werden kann. Diese Methode wird meist jedoch von den Kunden nicht bewusst betrieben. Die Möglichkeit kostenlos Kontakt mit dem Unternehmen aufnehmen zu können, fördert die Nutzung von passiven Telemarketing.



Was sind die Vorteile von Telemarketing?

Telemarketing zählt zu den effektivsten Marketingmaßnahmen bei der Gewinnung von Kunden. Hierbei können Kunden in kürzester Zeit persönlich angesprochen werden und im direkten Dialog kann sofort auf die Bedürfnisse, Wünsche oder Einwände der Interessenten eingegangen werden. Ein weiterer Vorteil des Telemarketings ist seine Globalität, sodass weltweit potenzielle Interessenten angesprochen werden können. Außerdem ist Telemarketing besonders effektiv in Bezug auf die Leadgenerierung und für die Qualifizierung von Adressen oder Ansprechpartnern. Telemarketing erzeugt ein höheres Maß an Aufmerksamkeit und steigert den Bekanntheitsgrad von Produkten oder Dienstleistungen, sodass diese besser am Markt positioniert werden können. Neben dem direkten Feedback von Kunden und der relativ niedrigen anfallenden Kosten weist

Telemarketing auch ein hohes Maß an Flexibilität auf, die besonders bei der zeitnahen Änderung von Aktionen elementar ist.

Was sind Ziele des Telemarketings?

Die Ziele können je nach Struktur des Unternehmens verschieden ausgerichtet sein. Zu den übergeordneten Zielen gehören die kundenorientierte Ausrichtung aller Telefonaktivitäten und die Steigerung des Umsatzes. Diese beiden Zielsetzungen definieren jedoch keine möglichen Handlungsstrategien. Daher ist es erforderlich, dass ein Unternehmen individuelle Unterziele definiert, die auf die Struktur des Unternehmens angepasst sind. Die untergeordneten Ziele können sich in die Sektionen Ökonomische Zielsetzung, Kundenorientierte Zielsetzung und Marktforschungsorientierte Zielsetzung aufteilen.

Ökonomische Zielsetzung:

- Umsatzsteigerung in Bezug auf Sonderangebote, Saisonartikel, Zusatzartikel
- Umsatzsteigerung durch die erbrachte Dienstleistung
- Erhöhung der Liquidität durch Außenstandsverringering

Kundenorientierte Zielsetzung:

- Neukundengewinnung
- Optimalere Ausschöpfung von Kundenpotenzialen
- Corporate Identity
- Erhöhung der Kundenzufriedenheit

Marktforschungsorientierte Zielsetzung:

- Marktanalyse vor der Einführung neuer Produkte und Verfahren
- Bedarfsermittlung
- Nachfassaktionen

Was sind Grundvoraussetzungen für eine professionelle Telefonakquise?



Diese vier Grundvoraussetzungen können zu einer Professionalität innerhalb der Telefonakquise führen:

Die positive Grundeinstellung:

Eine positive Grundeinstellung ist für Telemarketing Grundvoraussetzung, um Erfolge generieren zu können, denn persönliche Empfindungen, Erfahrungen und Vorurteile wirken sich stark auf die telefonische Kundengewinnung aus. Deshalb sollte immer eine neutrale Haltung gegenüber Telefonkontakten gewahrt werden.

Der Zeitpunkt des Telefonats, die Jahreszeit oder die Uhrzeit sollten nicht allzu sehr gewichtet werden, denn ein Telefonat kann tendenziell immer geführt werden. Vor allem gelten diese Faktoren als Komponenten, die mit Frustration verbunden sind. Daher sollte das Spannungsverhältnis zwischen Nichterreichen einer Zielperson und direkter Ablehnung nicht persönlich genommen werden. Frustration ist Bestandteil im Bereich Telemarketing und gilt als Kehrseite des Erfolgs. Vielmehr sollten Mitarbeiter sich intensiv mit negativen Erfahrungen und Ablehnung auseinandersetzen, um noch schwierigere Situationen und Phasen überwinden zu können.

Durch Frustration entsteht oft die Situation, an dem nur noch bis zum sechsten Rufzeichen abgewartet wird, da die Möglichkeit besteht, beim siebten Klingeln den Gesprächspartner zu

erreichen und direkt mit Ablehnung konfrontiert zu werden. Die Anforderungen an die psychische Stabilität werden nicht geringer werden, sodass Unternehmen eine noch höhere Verbreitung der Inhalte auf beispielsweise Anrufbeantwortern anstreben sollten und eine steigende Tendenz zu kritischen Nachfragen innerhalb der gewerblichen Akquise gefordert ist, da die Chance dabei erheblich erhöht wird, die richtige Zielpersonen doch noch zu erreichen.

Wohllollen und Akzeptanz sind lebensnotwendig und oft sind Handlungen bewusst oder unbewusst auf Anerkennung und Bestätigung ausgerichtet. Innerhalb des Telemarketings jedoch, entstehen immer wieder auch ablehnende Erfahrungen. Besonders bedeutsam ist dabei, vor allem konstante positive Haltung zu bewahren, um langfristig erfolgreich zu sein.

Identifikation mit der eigenen Tätigkeit

Maßgebliche Voraussetzung ist die Identifikation mit den Produkten des Unternehmens und der Tätigkeit an sich. Dabei sollte vor allem Souveränität dem Gesprächspartner entgegengebracht werden. Der Stellenwert der Leistung und das Bewusstsein, das beide Seiten von den angestrebten Geschäftsbeziehungen profitieren können, sollte immer präsent vorliegen.

Klare Telefonstrategie:

Zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren gehört auch eine klare erfolgsorientierte Strategie am Telefon. Die Instrumente und Einsatzmöglichkeiten, sowie das Vorgehen sollten dabei berücksichtigt werden.

Verkäuferische Fähigkeit:

Am Telefon sind besonders Verkaufsrhetorik und verkäuferische Fähigkeiten essenziell und gelten als Erfolgsfaktoren für die Kundenakquise. Eine partnerschaftliche Kommunikation – nach dem Gewinner-Gewinner-Prinzip, bei dieser beide Parteien einen Vorteil erzielen, sollte als Kommunikationsform verwendet werden. Das Analysieren der Verkaufsrhetorik und anschließendes Coaching fördern außerdem den Erfolg, der sich als Reaktion innerhalb der Gespräche äußern wird.

Fazit

Telemarketing eignet sich besonders als Instrument zur Akquisition und Qualitätssteigerung eines Unternehmens. Von besonderer Bedeutung für die Qualität von Telemarketing sind die Mitarbeiter, da diese die Schnittstelle des Unternehmens zu Interessenten bilden und das

Unternehmen repräsentieren. Die vier beschriebenen Grundsätze sollten dabei besondere Beachtung finden, um erfolgreich Akquirierungen abschließen zu können. Sowohl ökonomische Ziele als auch kundenorientierte Ziele und marktforschungsorientierte Ziele lassen sich durch Telemarketing erreichen. Telemarketing kann aber vor allem eine langfristige Beziehung zum Kunden aufbauen und direkt auf Kundenbedürfnisse eingehen, sodass die Kundenzufriedenheit erheblich verbessert werden kann. Diese wirkt sich wiederum auf die Profitabilität eines Unternehmens aus und ist besonders relevant, um langfristig erfolgreich zu sein.

Kontakt

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Seit 2002 unterstützen wir unsere Kunden bei der Einführung und Anpassung von Salesforce auf individuelle Unternehmensbedürfnisse. Mit dieser Erfahrung können wir sicher auch Ihnen ein zuverlässiger Partner sein. Ob Konzern, Mittelstand oder KMU – wir kennen die Herausforderungen in vielen Branchen und entwickeln auch für Sie die optimale Lösung.

Nehmen Sie mit uns Kontakt auf:

Comselect Gesellschaft für Relationship Management mbH

Bernd Bittner, Sales Director CRM Services

Telefon: 0621 / 76133 500

Email: info@comselect.de

Web: <https://comselect.de>

Wir über uns.

comselect ist ein inhabergeführtes Unternehmen mit Hauptsitz in Mannheim und Niederlassung in Augsburg. Unsere Experten aus den Bereichen CRM Consulting, künstliche Intelligenz, digitales Marketing und Prozesse haben sich auf die Umsetzung komplexer Projekte, von der strategischen CRM Beratung, über die Konzeption bis zur Umsetzung, spezialisiert. Seit 2002 sind wir der führende Partner für den deutschen Mittelstand. Unser Branchenschwerpunkt ist die herstellende Industrie. Unsere Berater treffen Sie in Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Stuttgart.