

Claudia Fischer

Maximale Telefonpower

Claudia Fischer

# Maximale Telefonpower

Mit Intuition und Empathie  
mehr Erfolg im Kundenkontakt

2., erweiterte Auflage



Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet  
über <<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 2005
- 2., erweiterte Auflage 2008

Alle Rechte vorbehalten  
© Betriebswirtschaftlicher Verlag Dr. Th. Gabler | GWV Fachverlage GmbH,  
Wiesbaden 2008

Lektorat: Barbara Möller

Der Gabler Verlag ist ein Unternehmen von Springer Science+Business Media.  
[www.gabler.de](http://www.gabler.de)



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: Nina Faber de.sign, Wiesbaden  
Satz: Fotosatz-Service Köhler GmbH, Würzburg  
Druck und buchbinderische Verarbeitung: Wilhelm & Adam, Heusenstamm  
Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier  
Printed in Germany

ISBN 978-3-8349-0957-2

# Inhalt

<b>Für wen dieses Buch gemacht wurde</b> . . . . .	7
<b>Vorwort von <i>Sabine Hübner</i></b> . . . . .	9
<b>1 Heute und in Zukunft: Noch erfolgreicher telefonieren</b>	11
<b>2 Eigenkonditionierung und Selbstwahrnehmung</b> . . .	16
<b>3 Wie Sie Ihre Stimme „stimmen“, damit sie Ihre Sprachinhalte wirksam unterstützt</b> . . . . .	31
<b>4 Was der Atemtyp über Sie aussagt und wie Sie ihn für sich nutzen können</b> . . . . .	46
<b>5 Wie Sie sich auf die verschiedenen Atemtypen einstellen</b>	66
<b>6 Das Geheimnis verständlicher Sprache – oder: Wie Sie Ihren Ansprechpartner wirklich erreichen</b> . .	74
<b>7 Empathie und Psychometrie</b> . . . . .	91
<b>8 Intuitives Telefonieren</b> . . . . .	106
<b>9 Der Weg</b> . . . . .	118
<b>10 Vom Lesen zum Lernen</b> . . . . .	128
<b>Workbook</b> . . . . .	138
<b>Die Autorin</b> . . . . .	156

# Für wen dieses Buch gemacht wurde ...

*„Damit das Mögliche entsteht, muss immer wieder das Unmögliche versucht werden.“*

Hermann Hesse (1877–1962)

Telefonratgeberbücher gibt es viele. Meist werden darin zentrale Telefontechniken dargestellt und Strategien für typische Gesprächssituationen beschrieben. Und das ist auch gut so. Denn richtig angewandt, lässt sich damit bereits einiges bewegen.

Tatsache ist allerdings auch, dass es über diese grundlegenden Techniken hinaus viele weitere Optimierungsmöglichkeiten für engagierte Vieltelefonierer gibt, die bisher kaum vermittelt wurden – schon gar nicht in Buchform! In „Maximale Telefonpower – Mit Intuition und Empathie mehr Erfolg im Kundenkontakt“ lernen Sie die wichtigsten dieser Techniken und Strategien jetzt endlich in Buchform kennen. **„Maximale Telefonpower“ ist ein Buch für Telefonprofis (und alle, die Profis werden wollen).**

Denn hier werden wohl zum ersten Mal die entscheidenden Softskills des Telefonierens vermittelt, die Ihnen eine ganz neue Qualität Ihrer Gespräche und Kundenbeziehungen ermöglichen. Softskills, die Sie sehr einfach erlernen können – weil sie in diesem Buch sehr praxisgerecht präsentiert und mit einfachen Übungen in kürzester Zeit verinnerlicht werden können.

Dieses Buch ist entstanden, weil es mir am Herzen liegt, Ihnen bei Ihrer Entwicklung zu noch mehr Telefonerfolg gezielt weiterzuhelfen. Es ist ein Buch, das aus meiner eigenen Praxis als Telefontrainerin gewachsen ist und direkt auf Ihre Telefonpraxis übertragen werden kann. Die vorgestellten Strategien sind selbstverständlich erprobt und erfolgreich eingesetzt – bei Ihrem Praxis-transfer werden Sie feststellen, welche erstaunlichen Verbesse-

rungen damit möglich sind. Sie werden Ihre Gesprächspartner näher und ganz anders als bisher kennen lernen und durch neue Techniken des Miteinanders erstaunliche Erfolge erzielen.

Damit Sie den größten Nutzen aus „Maximale Telefonpower“ ziehen, empfehle ich Ihnen Folgendes:

- Falls Sie noch Optimierungsbedarf in Ihrer Rhetorik oder Verbesserungspotenzial beim strukturierten, ziel- und ergebnisorientierten Telefonieren haben, beschäftigen Sie sich zuerst damit. Denn das ist die optimale Basis für das erfolgreiche Telefonieren.
- Dann (oder parallel dazu) arbeiten Sie mit diesem Buch.
- Öffnen Sie sich für neue Wege und Möglichkeiten.
- Lesen Sie das Buch sukzessive durch und üben Sie anhand der Beispiele.
- Arbeiten Sie konsequent mit Ihren neu gewonnenen oder vertieften Fähigkeiten.
- Nutzen Sie gern auch private Kontakte, um Ihre Fähigkeiten zu intensivieren.
- Üben Sie, üben Sie, üben Sie.

Falls Sie, aus welchem Grund auch immer, Fragen zur Umsetzung haben, schreiben Sie mir. Ein entsprechendes Kontaktformular finden Sie auf meiner Homepage: [www.telefontraining-claudiafischer.de](http://www.telefontraining-claudiafischer.de).

Um Ihnen die Aneignung der in diesem Buch dargestellten Strategien und Techniken zu erleichtern, habe ich für Sie (neben zahlreichen inhaltlichen Ergänzungen und Erweiterungen) in der aktuellen Auflage ein völlig neues, zusätzliches Kapitel mit eingefügt („Vom Lesen zum Lernen“), das sich gezielt mit der Herausforderung der Wissensverinnerlichung und -anwendung beschäftigt. Ich garantiere Ihnen, dass Ihnen damit die Umsetzung erfolgsorientierter Telefonstrategien noch besser gelingt!

Viel Freude und viel Erfolg beim Telefonieren wünscht Ihnen  
*Claudia Fischer*

# Vorwort

Über Service wird heute viel diskutiert: „Was erwartet der Kunde von morgen? Werden Kunden wirklich zuvorkommend genug behandelt? Wie geht man mit Beschwerden um? Gibt es zusätzliche Angebote?“

Eines wird dabei allerdings häufig vergessen: Service ist kein singuläres Ereignis, sondern zieht sich durch alle Kontaktstufen und Kommunikationskanäle. Und ein Kanal wird dabei häufig völlig unterschätzt – das Telefon. Wie oft kommt eine Kundenbeziehung oder ein Geschäft erst gar nicht zustande, weil der Gesprächspartner am anderen Ende der Leitung als unsympathisch oder unhöflich wahrgenommen wird?

**Hier muss dringend etwas passieren!** Und „Maximale Telefonpower“ hilft dabei.

Aus diesem Buch können selbst gewiefteste Telefonprofis noch einiges lernen. Wenn Sie zum Beispiel meinen, Sie kennen bereits jede Technik und jeden Kniff, um am Telefon Ihr Ziel zu erreichen, wird Claudia Fischer Sie überraschen – sehr überraschen! Denn mit diesem Buch halten Sie das Sahnehäubchen in Sachen „Telefonpower“ in der Hand.

Was macht dieses Buch anders als andere? Nun: Die meisten Fachbücher bieten relativ stereotyp Gesprächsleitfäden und eine gute Portion Theorie an, die Sie als Leser bzw. Nutzer auswendig lernen können, um sie dann im entscheidenden Moment „herunterzubeten“. Und als Basis ist dieses Wissen sicherlich auch unverzichtbar.

Aber Claudia Fischer geht deutlich weiter. Zu Recht! Denn die Kunden erwarten heute auch deutlich mehr. Sie wünschen sich einen individuellen und persönlichen Service – einen One-to-one-Service!

In „Maximale Telefonpower“ entdecken Sie, wie Sie Ihre Persönlichkeit, Ihr Charisma und Ihre Emotionen gezielt einsetzen können, um im Telefon-Verkauf zu punkten. Wie Sie mit Bauchgefühl und Intuition schnell Beziehung schaffen und Ihr Gegenüber für sich gewinnen.

Sie werden sich selbst und Ihr Telefonverhalten von einer völlig neuen Seite kennen lernen!

Claudia Fischer weiß, wovon sie spricht. Als Spezialistin für Kommunikation am Telefon gelingt es ihr, in ihrem Buch eine Fülle von Tipps mit Praxisrelevanz zu geben. Also – probieren Sie die Tipps aus. Ich bin sicher, Sie werden damit noch erfolgreicher werden.

Herzlichst,

Ihre

*Sabine Hübner*, surpriservice®

Service-Expertin und Kundenbeziehungsspezialistin

# 1 Heute und in Zukunft: Noch erfolgreicher telefonieren

90 Prozent der deutschen Unternehmen haben „sehr häufig“ telefonischen Kontakt mit ihren Kunden. Zu diesem Ergebnis kommen die Fachhochschule Wiesbaden und das Clarity Voice Commerce Research Center in ihrer empirischen Studie zur Kommunikationsstruktur deutscher Unternehmen. Damit ist das Telefon mit weitem Abstand der wichtigste Kommunikationskanal für die Wirtschaft. Deutlich vor dem Internet (in Form von E-Mails). Fast keine Bedeutung hat mittlerweile der klassische Briefverkehr.

**Besonders interessant:** Unter qualitativen Aspekten wird die Bedeutung des Telefons sogar noch deutlich zunehmen!

Rund 71 Prozent der befragten Unternehmen erwarten, dass der Kommunikationsbedarf ihrer Kunden noch weiter zunimmt – was sich wiederum ausschließlich mit Hilfe des Telefons bewältigen lassen wird. Vor allem die Gewinnung neuer und die Bindung vorhandener Kunden ist ohne ein leistungsfähiges Telefonteam nach Einschätzung der befragten Unternehmen kaum denkbar!

Umso nachdenklicher sollte uns bei dieser Entwicklungsperspektive die Tatsache stimmen, dass viele Menschen nach wie vor glauben, dass das professionelle Telefonieren „kinderleicht“ sei! Fakt ist: Der Umgang mit dem Medium Telefon wird einerseits immer anspruchsvoller, andererseits aber völlig unterschätzt. Teilnehmer meiner Trainings berichten immer wieder, dass sie be-

lächelt werden, weil sie an einem Telefontraining teilnehmen dürfen (oder müssen).

„Hast du das nötig?“ oder „Kannst du immer noch nicht telefonieren?“ werden meine Trainingsteilnehmer dann von schlecht informierten Kollegen/Freunden/Bekanntem gefragt.

Solche Aussagen machen deutlich: Sowohl das Sprechen als auch das Telefonieren laufen bei den meisten Menschen immer noch ganz überwiegend auf un- oder unterbewusster Ebene ab. Das ist schlimm! Und noch schlimmer wird es dadurch, dass das Telefonieren künftig nicht einfacher, sondern noch schwieriger wird. Mit „Talent“ ist es da nicht getan ...

Fakt ist: Natürliche Begabung für die Kommunikation mit anderen ist zwar eine wundervolle Sache – sie alleine reicht jedoch nicht aus. Nur wer seiner Begabung „auf die Sprünge hilft“, also durch theoretisches und praktisches Training mit einem erfahrenen Trainer sowie durch kontinuierliches Üben ständig an sich arbeitet, schafft es in (fast) allen Situationen am Telefon, „einen guten Draht“ zum Kunden zu finden. Also die richtigen Worte zur richtigen Zeit zu formulieren – und dabei auch noch eine charismatisch-charmante und überzeugende Ausstrahlung zu haben.

**„Ich lass mich aber nicht verbiegen und rede so,  
wie mir der Schnabel gewachsen ist ...“**

... ist eine beliebte Ausrede von Menschen, die die enormen Verbesserungsmöglichkeiten der Kommunikation via Telefon nicht erkannt haben – oder nicht erkennen wollen. **Da Sie dieses Buch gekauft haben, gehören Sie nicht zu diesen Menschen.**

Gut so! Sie wissen, dass gutes, also erfolgreiches Telefonieren kein Zufall ist. Haben vielleicht bereits erste Bücher zum Thema „Telefonieren“ gelesen – oder sogar schon an ersten Trainings oder Coachings teilgenommen. Jetzt wollen Sie noch besser werden – und mit diesem Buch ist das möglich.

Die hohe Kunst professionellen Telefonierens ist vergleichbar mit Profisport. Wer weiter kommen will, muss zuerst einmal die Grundtechnik beherrschen, erst dann kommen Leichtigkeit, Spaß, noch mehr Erfolg und Sicherheit dazu. Ohne Unsicherheiten und Rückschläge in der Übungsphase geht es nicht. Grundvoraussetzung für den Erfolg sind eine konstant-positive Grundeinstellung und ein deutliches „Ja“ zur eigenen Unsicherheit!

Darauf lässt sich dann aufbauen. Davon ausgehend lassen sich weiterführende Techniken und Strategien erlernen, wie sie in diesem Buch vermittelt werden. Techniken und Strategien, die vor allem die Gefühlswahrnehmung und -steuerung in den Mittelpunkt rücken, ohne die langfristig überdurchschnittlicher Erfolg nicht möglich ist. Denn, was selbst vielen guten Telefonierern nicht deutlich genug bewusst ist, ...

### **... das Telefon ist ein intuitives Medium!**

Was ist Intuition? Intuition bedeutet sowohl Eingebung, das heißt *„erahndendes, unbewusstes Erfassen von Zusammenhängen“* als auch *„Erfassen, Begreifen von Zusammenhängen, Vorgängen oder Sachverhalten aufgrund unmittelbarer Anschauung, nicht auf Grund von Reflexion“* (Langenscheidts Fremdwörterbuch).

Das Telefon ist ein indirektes und anonymes Medium, weil beide Gesprächspartner lediglich auf das Hören beschränkt sind und alle visuellen Hilfsmittel entfallen. Trotzdem ist die Bandbreite der übermittelbaren Botschaften riesig ...!

Denken Sie doch nur mal an Ihre eigenen Telefonerfahrungen:

Bereits in den ersten Gesprächssekunden, in denen nur wenige Begrüßungsworte gesprochen werden, können wir meist schon entscheiden, ob uns der Mensch am anderen Ende der Leitung sympathisch ist (oder eben nicht). Bei geschäftlichen Telefonaten sind – nach der Begrüßung – die ersten zwanzig bis dreißig Sekunden ausschlaggebend, ob und wie das Gespräch weiter geht.

Grundsätzlich gilt: Je länger das Gespräch, desto klarer unser Bild. Wir „sehen mit den Ohren“. Und spüren einfach, ob sich ein Mensch für uns interessiert – oder nur Eurozeichen im Kopf hat.

Über das, was wir hören, können wir Stimmung, Gefühlslage und Einstellung des jeweiligen Gesprächspartners sehr genau einschätzen. Wir wissen, ob dieser Mensch vertrauenswürdig ist – oder nicht. Wir ahnen, wie zuverlässig, flexibel usw. er (oder sie) ist. Natürlich gibt es manchmal auch Menschen, die uns am Telefon blenden können; solche Blender operieren allerdings meist lieber im direkten, persönlichen Kontakt, da fällt ihnen das Blenden leichter.

**Wichtig zu wissen:** In Wirklichkeit ist das anonyme Medium Telefon also nur scheinbar anonym. Sensible Menschen können über das Telefon in ihrem Gesprächspartner lesen wie in einem „offenen Buch“. Vieles braucht gar nicht gesagt zu werden – und wirkt trotzdem.

In einem meiner Trainings fragte mich ein Teilnehmer, wie er es schaffen könnte, von den von ihm so bezeichneten „Höllenhunden“ – er meinte damit Sekretärinnen/Assistentinnen von potenziellen Kunden – zu den relevanten Entscheidern durchgestellt zu werden. Er hätte schon verschiedenste Methoden versucht und immer wieder würde er scheitern. Er echauffierte sich außerordentlich über diese – so wörtlich – „Zicken mit Haaren auf den Zähnen“, die ihm seinen Job unendlich erschweren würden.

Sein Problem: Schon wenn er von der Telefonzentrale mit einer solchen Assistentin oder Sekretärin verbunden wurde, löste das ein klar definiertes Glaubensmuster aus, es eben wieder mit einem solchen „Höllenhund“ zu tun zu bekommen. Bei solch einer Grundeinstellung konnte sich daran natürlich auch nie etwas ändern – die nachfolgenden Gespräche waren von Anfang an zum Scheitern verurteilt.

Was geschah ganz konkret? Die Sekretärinnen/Assistentinnen spürten unterbewusst die Abneigung des Anrufers – erahnten seine Angst, erneut nicht durchgestellt zu werden. Sie spürten, dass das,

was er ihnen sagte, nicht mit dem übereinstimmte, was er dachte. Diese Differenz ließ die Damen blockieren! Die Folge: Sie schirmten ihren Chef vor einem Menschen ab, der ihnen wegen dieser Widersprüche suspekt war.

Das Resultat für den Verkäufer war logischerweise frustrierend: Wieder und wieder machte er die gleiche leidvolle Erfahrung, nicht an den „Höllenhunden“ vorbei zu kommen!

In meinem Training veränderte der Teilnehmer seine Einstellung dann sehr schnell, als ich ihn auf diese Blockadeproblematik aufmerksam machte. Und im anschließendem Training-on-the-job zeigten sich deshalb auch rasch erste Erfolgserlebnisse. Das schier Unmögliche wurde wahr: Wie durch Zauberhand traf der Verkäufer in mehreren Gesprächen mit einem Mal auf lauter „nette Damen“ am Telefon. Auf Assistentinnen und Sekretärinnen also, die ihm entweder kompetent und freundlich Auskunft gaben oder ihn nach Beantwortung der Eingangsfragen sogar direkt an den Chef durchstellten ...

Ein Wunder? Nein.

**Wichtig zu wissen:** Positive, bewusste Veränderungen der Einstellung sorgen für eine überzeugende Kongruenz von Stimme und Sprache.

## 2 Eigenkonditionierung und Selbstwahrnehmung

### Von Hemmschwellen und Glaubensmustern

Bleiben Ihnen negative Erlebnisse länger und deutlicher in Erinnerung als positive? Fällt es Ihnen schwer, sich an erfolgreich abgeschlossene Telefongespräche zu erinnern – während Ihnen die starken Gefühle der letzten negativ verlaufenen Gespräche noch deutlich bewusst sind?

#### **Das geht vielen Menschen so. Misserfolge scheinen sich wesentlich stärker einzuprägen als Erfolge!**

Das Schlimme daran: Wenn es Ihnen nicht gelingt, diese negativen Gefühle loszuwerden, blockieren diese Sie immer mehr und das Telefonieren fällt Ihnen zunehmend schwerer ...

In vielen Fällen bedeutet das: Sie wollen (und sollen) telefonieren und Ihr durch die negativen Gefühle aufgestachelter innerer Schweinehund reagiert mit massiver Abwehr. „Vielleicht sollte ich besser zuerst ein paar Geschäftsbriefe schreiben und dann anrufen“, denken Sie sich dann in solchen Situationen. Oder: „Heute bin ich nicht in der richtigen Stimmung zum Telefonieren.“ Oder: „Morgen bin ich bestimmt lockerer und kann dann besser telefonieren ...“

Mit einem Mal fallen Ihnen unzählige Vermeidungsstrategien ein, mit deren Hilfe es Ihnen gelingt, die längst fälligen Telefonate wieder und wieder zu vermeiden. Nur noch schnell eine E-Mail schreiben, den Partner anrufen, einen Kaffee holen ... Tausend Dinge sind plötzlich viel wichtiger als die dringendsten Telefonate!

Doch aufgeschoben ist ja nicht aufgehoben! Die Konsequenz: Die anstehenden Telefonate werden immer mehr zur schier erdrückenden Last. Zudem plagt das permanent schlechte Gewissen. Die Stimmung wird immer schlechter. Die Vermeidungsstrategie nagt am Selbstwertgefühl. Und das letzte positive Erlebnis rückt in immer weitere Ferne.

## **Ein Teufelskreislauf kommt in Gang!**

Doch es geht auch anders. Statt negativer Glaubensmuster („Ich schaff’ das doch nie ...“) lassen sich auch positive Glaubensmuster entwickeln und stärken!

Und zwar selbst dann (oder besser: gerade dann), wenn so anspruchsvolle Telefonaufgaben anstehen wie z.B. Kunden zu werben, zu denen noch kein Kontakt besteht, Kunden zurückzugewinnen, zu denen längere Zeit kein Kontakt bestand, oder Reklamationsgespräche zu führen.

Solche Aufgaben können für Menschen mit negativer Grundeinstellung zum reinen Horror werden. Doch mit der richtigen Einstellung und Strategie können auch solche Telefonate Spaß machen und auch noch zu positiven Ergebnissen (und Erlebnissen) führen!

## **Wie das geht?**

Ein wenig professionelle Selbstorganisation und cleveres Zeitmanagement können schon sehr viel bewirken. Darüber hinaus ist es möglich, mit der so genannten „Pawlowschen Konditionierung“ den inneren Schweinehund dauerhaft zu überwinden, um dann, gut vorbereitet und gut gelaunt, noch erfolgreicher zu telefonieren.

## **Konditionierung – das Pawlowsche Gesetz für erfolgreiche Telefongespräche**

Erinnern Sie sich noch an Ihren Schulbiologieunterricht – an die so genannte „Pawlowsche Konditionierung“?

Nun, die Geschichte von Iwan Petrowitsch Pawlow ist schnell erzählt: Pawlow (14.09.1849 bis 27.02.1936) war ein russischer Mediziner, der die Grundlagen der modernen Verhaltensforschung sowie neuere Lerntheorien entwickelt hat und dafür 1904 den Nobelpreis für Medizin erhielt.

Wesentlichste Erkenntnis von Pawlow: Verhalten baut vielfach auf Reflexen auf, die sich „konditionieren“ lassen. Relativ bekannt sind Pawlows Versuche mit Hunden: Pawlow entdeckte dabei zunächst einmal, dass die Speichelsekretion eines Hundes nicht erst mit dem Fressvorgang beginnt, sondern bereits durch den Anblick von Nahrung ausgelöst wird. Pawlow wollte nun wissen, ob sich die Reaktion des Speichelflusses auch durch „künstliche Reize“ auslösen lässt. Deshalb bekamen die Hunde über einen längeren Zeitraum hinweg vor jeder Fütterung einen Klingelton zu hören. Was geschah? Der Klingelton wurde von den Hunden als Schlüsselreiz für die Fütterung angenommen! Sobald die Klingel ertönte, begann bei den Hunden der Speichel zu fließen. Und nicht nur das! Nach einiger Zeit reichte bei den Hunden alleine der Reiz, also der Klingelton, aus, um die Speichelsekretion auszulösen. Laut Pawlow war es gelungen, einen neuen Reflex zu „konditionieren“.

### **Interessant für uns an Pawlows Erkenntnissen:**

Reflexe lassen sich nicht nur bei Hunden „konditionieren“. Auch wir Menschen sind konditionierbar. Ja, wir können uns sogar selbst auf bestimmte (positive!) Verhaltens- und Denkweisen konditionieren.

Was uns die wunderbare Möglichkeit gibt, negative Glaubensmuster zu sprengen und durch positive zu ersetzen!