

Dranbleiben

Professionell nachfassen

Die im Vertrieb tätigen Personen sind sich einig, dass es notwendig ist, bei Interessenten nach Versand von Angeboten oder Unterlagen nachzufassen. Doch über die Art und Weise und vor allem über den richtigen Zeitpunkt herrscht weniger Einigkeit.



„Vorfassen/Nachfassen ist die erfolgversprechendste Kombination: Noch bevor man den nächsten Schritt setzt, ist der übernächste Verkaufsschritt mit dem Kunden fix vereinbart.“

Ing. Werner Bolek,
Senior Consultant & Sales
Trainer, OK-System

Das Nachfassen mittels Telefon ist nach Experten-Meinung am effizientesten. „Einerseits halten sich die Kosten im Rahmen, andererseits können durch das Gespräch mit dem Kunden wichtige Informationen gewonnen werden – unabhängig davon, ob der Auftrag zustande kommt oder nicht“, so Ing. Werner Bolek, Senior Consultant & Sales Trainer bei OK-System. Viele Unternehmen setzen speziell für das Nachfassen von versandten Prospekten externe Call Center ein, die den Bedarf und die Verkaufschancen für das Produkt analysieren.

Der richtige Zeitpunkt

Das Produkt bzw. die Branche bestimmt den besten Zeitpunkt des Nachfassens. Beispielsweise werden Druck-Oferte sehr rasch nachgefasst. Bei Produkten, welche eine umfangreichere interne Abklärung benötigen, ist die Nachfassdauer etwas länger. Eine Variante, die sich in der Praxis sehr gut bewährt hat: Der Anbieter vereinbart mit dem Kunden bereits im Vorfeld, dass das eingetroffene Angebot telefonisch oder persönlich bei einem Termin besprochen wird. Diese Art des Vorfassens, das heißt mit dem Kunden bereits den nächsten Schritt zu vereinbaren, ist für viele Produktgruppen sehr erfolgversprechend. In der Praxis wird es noch viel zu wenig genutzt, weiß Bolek aus seiner Trainingserfahrung.

Die richtigen Fragen

Beim Thema Fragetechnik scheiden sich die Geister und Experten. Ein Teil beharrt auf geschlossenen Fragen, der andere auf offenen. Laut Bolek liegt die Wahrheit in der richtigen Mischung. Die klassische Frage „Haben Sie sich unser Angebot schon angesehen?“ ist jedenfalls nicht die beste Variante für den Gesprächseinstieg. Wenn der potenzielle Kunde „nein“ sagt, dann ist das Gespräch meist an dieser Stelle beendet. Hier ist es beispielsweise effizienter, wenn der Anrufer die Variante mit „Können wir kurz das Angebot besprechen?“ wählt. Speziell bei Anfragen nach Unterlagen und Prospekten kommt es häufig vor, dass die Interessenten eine generelle Information wünschen und der Anbieter die Bedürfnisse nicht genau kennt. Dies kann man einerseits dadurch umgehen, dass man die Interessenten vor dem Versand aktiv anruft und nach ihren Bedürfnissen fragt. Oder: „Man geht im Nachfass-Anruf auf diesen Punkt direkt zu Beginn des Telefongesprächs ein“, empfiehlt Bolek. Der Vorteil dabei ist, dass der Kunde so mit dem Verkäufer ins Gespräch kommt, ohne dass er die Unterlagen gelesen haben muss. Vor allem gilt es, sich vor dem Nachfass-Anruf über die Ziele des Telefonats im Klaren zu sein. Im sogenannten aktiven Vorfassen beantwortet der Verkäufer sich die Frage nach der nächsten Verkaufsstufe vorweg. Ebenfalls wichtig ist es, sich auf die möglichen Kunden-Reaktionen einzustellen und vorzubereiten. Auf jeden Fall kann der Verkäufer beim Nachfassen seines Angebots nur gewinnen – wenn keinen Auftrag, dann zumindest Erfahrung und Informationen, die für andere Aufträge bedeutsam sein können. -kh

Das telefonische Nachfassen

Grundsätzliches

Prinzipiell ist es empfehlenswert alle versandten Unterlagen und Angebote nachfassen. Dabei erfährt man, wie weit der Prozess der Auftragsvergabe bzw. Bestellung bereits fortgeschritten oder ob man als Anbieter überhaupt noch im Rennen ist. Im Zuge des Nachfass-Anrufes können auch eventuelle Unklarheiten des Angebotes beseitigt und letzte Kompromisse und Zugeständnisse gemacht werden. Und was immer wichtig ist, man pflegt den Kontakt zum – potenziellen – Kunden.

Der richtige Zeitpunkt für den Nachfass-Anruf

Es empfiehlt sich, beim Kunden während des Verkaufsgesprächs zu erfragen, wie lange dieser für den Kaufentscheid benötigt. Der richtige Zeitpunkt kommt auf die Art des Produkts oder der Dienstleistung an: bei komplexen und teuren Produkten/Dienstleistungen etwas länger warten als bei einfacheren und günstigen. Faustregel: frühestens nach drei Tagen, spätestens nach 14 Tagen nachfassen.

Praxisworkshop

„Professionell nachfassen“ – Praxisworkshop,
Ort/Datum: Wien, 15. November 2005,
09:00 bis 13:00
Kosten: Euro 340,— exkl. MwSt. (für CCJ-Abonnenten),
Euro 410,— exkl. MwSt. (für Nichtabonnenten)
Information und Anmeldung:
redaktion@ccjournal.at, Telefon: 0043/1/6074440.