

Telefonanlagen im Vertrieb – Technikboost für bessere Erreichbarkeit

Checkliste mit 7 Tipps für eine bessere Erreichbarkeit: Wer die Kniffe einer Telefonanlage kennt, kann seine Kunden schneller und effizienter bedienen und mit internen Datenquellen verknüpfen.



Wenn Sie über eine Telefonanlage telefonieren, kann diese mit dem CRM verbunden werden. Der Vorteil: Es reicht, die im System gespeicherte Telefonnummer zu klicken, um sie zu wählen. © A Stockphoto/stock.adobe.com

Veraltete Telefonanlagen sind teuer, unflexibel und nicht in der Lage, die Anrufe mit internen Programmen zu verknüpfen. Dabei kann eine moderne cloudbasierte Telefonanlage eine wesentliche Rolle bei der Erreichung Ihrer Ziele einnehmen, ermöglicht sie es doch, Kunden besser zu bedienen und Arbeitsabläufe effizienter zu gestalten.

Checkliste: 7 Tipps für moderne Telefonanlagen im Vertrieb

Nicht an Durchwahlen sparen

Wenn Sie oder Ihr Unternehmen eine neue Telefonanlage installieren oder den Provider wechseln, dann sparen Sie nicht an Rufnummern. Lieber 100er- als 10er-Blöcke bestellen. Auch, wenn Sie aktuell nur zehn Nummern oder weniger besitzen, besorgen Sie sich einen 100-er Rufnummern-Block. Nur so ist es sicher, dass jeder Kollege seine eigene Durchwahl besitzt.

Rechenbeispiel: Pro Mitarbeiter braucht es mindestens eine Durchwahl, pro Abteilung bzw. Gruppe (Werkstatt, Empfang, Einkauf, usw. ...) [ebenfalls eine Durchwahl](#). Hinzu kommen Funktions- und Fax-Durchwahlen.

Zudem ist es wichtig, dass Telefonanschluss und -Anlage über ausreichend Sprachkanäle verfügt. Am besten ist der Telefonanschluss so ausgelegt, dass alle Kollegen gleichzeitig telefonieren können.

Der Grund: Stehen nur zehn Sprachkanäle zu Verfügung, sind bei zehn Vertrieblern alle Kanäle belegt, wenn alle gleichzeitig telefonieren. Auch wenn ein Kollege eine Rückfrage hat, belegt er zwei Kanäle auf einmal: den Kanal des Anrufers und den für die Rückfrage.

Wer übers Telefon verkauft, sollte den Wachstumsschmerz ausschalten, der entsteht, wenn zu wenige Leitungen frei sind. Denn dann kommen Kunden nicht durch und können nicht kaufen.

Dank Telefonanlage: Eine Nummer für alle Geräte

Denken Sie daran, dass der Vertrieb heute von überall arbeitet: Büro, Homeoffice und Co-Working – vieles ist möglich. Bedeutet aber, dass etliche Telefonnummern zusammenkommen. Diese alle dem Kunden zuzumuten, ist schwierig. Moderne Telefonanlagen ermöglichen es, Kunden immer die gleiche Festnetznummer anzuzeigen. Und zwar egal, von wo aus Sie anrufen und von welchem Anschluss.

Der Schlüssel heißt: One Number Concept und wird über die Cloud erleichtert. Egal, ob Visitenkarte oder Signatur, künftig kommunizieren Sie nur noch eine Nummer. Gefragte Berufe wie Ärzte und Anwälte praktizieren das Konzept längst, damit sie einfach erreichbar sind.

Tipp: Sichern sie sich via App die Erreichbarkeit auch auf Ihrem Mobiltelefon. Kunden sehen bei Handy-Telefonaten Ihre Durchwahlnummer im Festnetz, unter der [Sie immer erreichbar sind](#).

Wartezeit auf unter eine Minute verkürzen

80 Prozent aller deutschen Mittelständler bevorzugen das Telefon als Kommunikationsmittel Nummer eins. Bedeutet für Verkäufer und Berater, dass eine Wartezeit bei besetztem Anschluss möglichst kurz sein sollte.

Statt Anrufbeantworter lassen sich moderne Telefonanlagen so einstellen, dass Anrufer binnen Sekunden weitergeleitet werden. Sinnvoll ist es, eine servicefreundliche Kaskade möglicher interner Ansprechpartner aufzubauen: Vom Kollegen, zur Gruppe und schließlich zum externen Telefonservice.

Was viele nicht wissen: Intelligente Telefonanlagen speichern die letzten Anrufnummern. Rufen diese erneut an, werden sie direkt mit dem letzten internen Gesprächspartner verbunden. Ist dieser besetzt, leiten programmierte Telefonanlagen die Anrufe systematisch weiter.

Das Ziel: Binnen einer Minute sollte ein Mensch jeden Anrufer begrüßen. Steuern lässt sich das Ganze via Monitoring. Auswertungen zu allen Anrufen, Telefonaten und Gesprächen in der Warteschleife helfen, freie Kapazitäten zuzuordnen.

Tipp: Ermöglichen Sie Ihrem Kunden, dass er Ihre Durchwahl kennt. So sparen Sie ihm lästige Anrufe bei der Firmenzentrale oder ihrem Team. Durchfragen ist damit für ihn passé.



Inside Sales: So verkauft man komplexe Produkte erfolgreich am Telefon

Erklärungsbedürftige Produkte am Telefon verkaufen? Funktioniert das überhaupt? „Sogar äußerst erfolgreich! Man muss nur wissen wie“, erklärt Rolf Stirnkorb, Vertriebsleiter des B2B-Vertriebspartners SUXXEED. Im folgenden ...

Anrufer-Protokoll nutzen

Wenn Ihre Telefonanlage mit einem CRM-System gekoppelt ist, können Sie jeden Anruf direkt darin protokollieren.

Der Vorteil: Jeder im Vertriebsteam sieht den aktuellen Gesprächs- und Informationsstand des Anrufers. Dieser muss sein Anliegen bei unterschiedlichen Gesprächspartnern nicht erneut erklären. Im Gegenteil: Der Vertriebsmitarbeiter kann das Gespräch direkt anknüpfen: „Ach, Sie hatten mit dem Kollegen über dies und jenes gesprochen“.

In naher Zukunft übernehmen übrigens Bots das Protokollieren. Die Technologie heißt „speech to text“. Und Microsoft arbeitet aktuell an der Simultanübersetzung bei Videokonferenzen.

Tipp: Vermeiden Sie, intime Details aus vorigen Gesprächen zu erwähnen. Nachfragen zu Kindern oder Ehepartnern könnten bei Kunden deplatziert wirken.

Klick to dial

Wenn Sie über eine Telefonanlage telefonieren, kann diese [mit dem CRM verbunden](#) werden. Der Vorteil: Es reicht, die im System gespeicherte Telefonnummer zu klicken, um sie zu wählen. Das spart Zeit und Nerven. Wer gleichzeitig seine One-Number in der E-Mail-Signatur, auf der Webseite und bei LinkedIn hinterlegt, erleichtert dem Kunden das Anrufen.

Tipp: Mailprogramme lassen verschiedene Signaturen zu. So können etwa Antworten neben dem Namen des Absenders seine Nummer anzeigen. Firmenname und Adresse oder Disclaimer entfallen bzw. stehen in der Mail ganz unten.



[Die 12 besten Motivations-Tricks für Kaltakquise am Telefon](#)

Kaltakquise am Telefon gehört wahrlich nicht zu den beliebtesten Aufgaben von Vertrieblern. Im Gegenteil. Dennoch ist sie ein wichtiger Teil des Vertriebsinstrumentariums. Die gute Nachricht: Mit der richtigen Vorbereitung ...

Chat, Kalender & Co.

Etliche Unternehmen nutzen heute Chats, um einfach zu kommunizieren. Die Frage: „Können wir kurz telefonieren“ ist als Mail deplatziert. Die Gefahr zur Kundenseite besteht allerdings darin, zu viele Messenger anzubieten, die alle gepflegt werden müssen. Das kann aufwändig sein.

Tip: Bieten Sie Kunden an, via Online-Kalender Termine bei Ihnen zu buchen. Der Link zu dem Buchungskalender kann auf der Webseite und der E-Mail-Signatur stehen.

Fax, Video und Backup nicht vergessen

Vor allem in der Medizin und der Rechtsberatung ist Fax nach wie vor ein gängiges Kommunikationsmittel. Denken Sie nur daran, alle eingehenden Faxe in Ihrem CRM-System zu archivieren.

Gleiches gilt für Audio und Videosysteme. Ihr Gebrauch nimmt seit der Pandemie zu. Integrieren Sie diese daher in Ihre Telefonanlage bzw. schauen Sie, dass die Schnittstellen passen. In dieses Umfeld-Szenario gehört auch das Einplanen eines Backups, das im System der Telefonanlage hinterlegt ist. Ein Backup greift, wenn Internet-Anschluss oder Telefonanlage ausfallen. So können eingehende Gespräche automatisch im Rechenzentrum der Telefongesellschaft auf Ihr Mobiltelefon geleitet werden. Damit bleiben Sie und jeder Kollege durchgängig erreichbar und die Aufträge sind Ihnen sicher.

Zur Person

Felix Pflüger ist Geschäftsführer der peoplefone Deutschland GmbH mit Sitz in Fellbach bei Stuttgart. Der Telekommunikationsexperte beschäftigt sich mit dem Büro von morgen und liefert Antworten für das Büro von heute. www.peoplefone.de

<https://vertriebszeitung.de/telefonanlagen-im-vertrieb-technikboost-fuer-bessere-erreichbarkeit/>