

Potenzielle Kunden «warm halten»

# Professionell nachfassen

*In der Verkaufsliteratur ist man sich zwar einig, dass auf Offerten und versandte Unterlagen nachgefasst werden sollte. Doch die Frage nach der richtigen Art des Nachfassens wird nur selten beantwortet. – Wir tun es.*

■ Von Stefan Schmidlin

Grundsätzlich kann man telefonisch, persönlich oder schriftlich nachfassen. Das Telefon eignet sich für den Nachfass in der Regel am besten: Einerseits halten sich die Kosten im Rahmen, andererseits können durch das Gespräch mit dem Kunden wichtige Informationen gewonnen werden, ob der Auftrag zustande kommt oder nicht.

## Der richtige Zeitpunkt

Die Frage nach dem besten Zeitpunkt ist sehr stark vom Produkt und von der Branche abhängig. Während eine Druck-Offerte möglichst rasch nachgefasst werden sollte, gibt es Produkte, bei denen umfangreiche interne Abklärungen notwendig sind, bis es sich lohnt, nachzufassen. Eine Variante ist aber immer möglich:

■ Das sofortige Nachfassen, indem man mit dem Kunden schon vorgängig vereinbart, dass man die Offerte telefonisch bespricht, sobald sie beim Kunden eingetroffen ist. Diese Variante ist bei vielen Produkten sehr interessant und wird in der Praxis viel zu wenig genutzt.

## Die Standard-Nachfass-Frage

Viele Verkaufsmitarbeitende machen immer wieder den gleichen

Fehler und fassen folgendermassen nach: «Guten Tag, Herr Muster, haben Sie unsere Offerte schon gelesen?» Sagt der Kunde nein, so ist das Gespräch beendet.

■ Diese Variante funktioniert nur im Zusammenhang mit einer oder zwei weiteren Fragen, welche auch nach einer Nein-Antwort des Kunden gestellt werden können. Dies könnte zum Beispiel die folgende Frage sein: «Darf ich Ihnen das Wichtigste bezüglich unseres Produkts XY kurz zusammenfassen?»

■ Für Offerten kann auch die folgende Variante gewählt werden: «Können wir die Offerte kurz telefonisch besprechen?» Beide Folgefragen sind nicht «offen», das heisst, sie können mit Ja oder Nein beantwortet werden, was wiederum ein Nachteil ist.

## Mit offenen Fragen beginnen

Besonders gut für den Nachfass eignen sich offene Fragen. Offene Fragen können nicht nur mit Ja oder Nein beantwortet werden. Eine gute offene Frage ist zum Beispiel: «Wie beurteilen Sie unser Angebot, Herr Muster?»

■ Die Vorteile dieser Variante sind, dass man einerseits das Gespräch aufrechterhalten und andererseits wichtige Informationen über das eigene Angebot aus Kundensicht gewinnen kann.



**Nachfassen am Telefon: ideal, will aber gut vorbereitet sein.**

Sollte die Killer-Antwort «Ich habe die Unterlagen noch nicht angeschaut» kommen, so kann man wiederum den Vorschlag machen, die Unterlagen gemeinsam am Telefon zu besprechen.

### **Auf die nächste Verkaufsphase eingehen**

Eine weitere Möglichkeit des Nachfassens besteht darin, sofort auf eine nächste Verkaufsstufe einzugehen. Dies könnte zum Beispiel so funktionieren: «Ich habe Sie auf Ihre Anfrage hin bezüglich Frankiermaschinen dokumentiert und möchte Ihnen die Vorteile unserer Produkte gerne vor Ort aufzeigen. An welchem Datum geht es Ihnen am besten?» Diese Variante ist sicher etwas druckvoller, aber durchaus für einen Test geeignet.

### **Suggestivfragen stellen**

Durch Suggestivfragen können Kunden auf spezielle Punkte hingewiesen werden. Dies können zum Beispiel Profilierungsansätze im eigenen Angebot sein.

Eine andere Möglichkeit besteht darin, die Kundenbedürfnisse nochmals hervorzuheben und zu betonen, dass man bei der Offerte besonders darauf Wert gelegt hat. Beispiel: «Wie Sie uns mitgeteilt haben, sind Ihnen die Punkte X und Y besonders wichtig. Wir haben dies in Ihrer Offerte auf die folgende Art berücksichtigt: ... Wie beurteilen Sie unseren Vorschlag?»

### **Direkt die wichtigsten Bedürfnisse ansprechen**

Bei Anfragen nach Unterlagen kommt es häufig vor, dass Kunden vorerst eine Dokumentation wünschen, ohne dass ein persönliches Gespräch stattgefunden hat.

■ Der Nachteil dabei ist, dass man die individuellen Kundenbedürfnisse nicht kennt und die Kunden trotzdem dokumentiert. Eine Möglichkeit, dies zu umgehen, ist selbstverständlich ein vor-

gängiges Telefongespräch, um die Bedürfnisse abzuklären.

■ Man kann die Kundenbedürfnisse aber auch als Aufhänger für den Nachfass verwenden, indem man den Kunden nach versandten Unterlagen direkt darauf anspricht: «Herr Muster, wir durften Ihnen unsere Unterlagen über das Produkt XY zusenden. Welches sind Ihre wichtigsten Bedürfnisse?» Der Vorteil ist, dass der Kunde die Unterlagen noch gar nicht gelesen haben muss, um mit dem Verkäufer ins Gespräch zu kommen. Auch hier bietet sich wieder die Möglichkeit, die Unterlagen direkt am Telefon mit dem Kunden zu besprechen oder einen persönlichen Gesprächstermin vorzuschlagen.

### **Sich auf Reaktionen vorbereiten**

Schliesslich sollte man sich vor dem Nachfass über die Ziele im klaren sein: Welche nächste Verkaufsstufe soll erreicht werden?

Ebenfalls wichtig ist es, sich auf die möglichen Kunden-Reaktionen einzustellen und vorzubereiten.

### **WORKSHOP**

«Professionell nachfassen» ist auch Thema eines Workshops des ORGANISATOR. Datum: Donnerstag, 8. Mai 2003, 8.30 bis 11.30 Uhr. Ort: Hotel Mövenpick, Regensdorf. Kosten: CHF 140 (für Abonnenten), CHF 210 (für Nicht-Abonnenten). Weitere Infos auf Seite 54 dieser Ausgabe.

### **AUTOR**

Stefan Schmidlin ist eidg. dipl. Marketingleiter, eidg. dipl. Betriebsausbilder und Inhaber der Marketingagentur STS Marketing GmbH, 8344 Bärenswil, welche verschiedene Telefon- und Verkaufstrainings anbietet. Unter anderem werden in eintägigen Workshops mit integriertem Training das Nachfassen systematisch vorbereitet und konkrete Praxissituationen am Telefon oder innerhalb von persönlichen Gesprächen trainiert.

Tel. 01 939 39 39  
Fax 01 939 39 40  
info@stsmarketing.ch

**ONLINE**  
[www.stsmarketing.ch](http://www.stsmarketing.ch)

## Checkliste: Nachfass-Aktionen auf Unterlagen und Offerten

### **1. Grundsätzliches**

- Unbedingt Offerten und Angebote nachfassen.
- Dabei erfahren Sie, wie es um die Auftragsvergabe/Bestellung steht.
- Sie können letzte Unklarheiten beseitigen und letzte Kompromisse machen.
- Sie erfahren zum Teil, wie die Konkurrenten offeriert haben.
- Sie können den Kontakt zum (potenziellen) Kunden pflegen und vertiefen.

### **2. Der richtige Zeitpunkt für den Nachfass**

- Nicht zu früh und nicht zu spät nachfassen.
- Grundsätzlich beim (potenziellen) Kunden während des Verkaufsgesprächs erfragen, wie lange er 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.
- Nachfass telefonisch durchführen.

### **3. Der richtige Einstieg für den Nachfass**

■ **Variante 1:** Sofort nach Versand nachfassen und den Gesprächspartner fragen, ob man die Unterlagen/Offerte kurz besprechen kann, weil man einige wichtige Punkte erläutern möchte.

■ **Variante 2:** Auf die versandten Unterlagen/Offerten eingehen. – «Haben Sie unsere Offerte schon gelesen/studiert/angeschaut?» – Problem bei dieser Variante: Falls der Gesprächspartner die Unterlagen nicht gesichtet hat, läuft man Gefahr, dass das Gespräch bereits beendet ist. – Bei dieser Variante immer zwei bis drei Fragen oder Themen bereithalten, um das Gespräch weiterzuführen, auch wenn der Gesprächspartner die Unterlagen noch nicht gesichtet hat. – Beispiele: fragen, ob man die Offerte/Unterlagen gemeinsam kurz besprechen könne; Angebot/Offerte kurz zusammenfassen, einzelne Punkte besonders betonen; beim Versand von Unterlagen konkrete Bedürfnisse oder Situation erfragen.

■ **Variante 3:** Sofort auf den nächsten Schritt im Verkaufsplan zu sprechen kommen. – «Ich möchte Sie gerne bei uns zu einer kurzen Präsentation einladen, damit ich Ihnen die Möglichkeiten ... zeigen kann, wann können wir uns treffen?» – Wichtig: Jeden Termin verkaufen, das heisst den Nutzen für den Gesprächspartner erwähnen, nicht einfach nur einen Termin (dieser Begriff ist schon fast negativ belastet) vorschlagen.

■ **Variante 4:** Die Meinung des Gesprächspartners abfragen. – «Wie beurteilen Sie unser Angebot?» – Problem: Wenn der Gesprächspartner die Unterlagen oder die Offerte noch nicht gesichtet hat, wird er dies erwähnen und sagen, er möchte dies zuerst tun. In diesem Fall entweder fragen, ob man die Unterlagen/Offerte jetzt gemeinsam besprechen möchte, oder, falls dieses Phänomen häufig auftritt, sofort beim Einstieg das Angebot kurz zusammenfassen. ➤