

## Werbe-Tipp Juni 2010

Von Guido Steimel  
Werbetexter aus Hennef  
www.textmenues.de

### Was ein schlechter Gesprächsleitfaden anrichten kann

Telefonische Neukunden-Akquise – eine Aufgabe, die gut vorbereitet sein will. Egal, ob Sie die Dienste eines Callcenters nutzen oder eigene Mitarbeiter damit beauftragen – der Gesprächsleitfaden muss wasserdicht sein.

Sonst landen Sie ruck-zuck in einem Text wie diesem hier, der als negativer Erfahrungsbericht daherkommt.

Konkret: Vor wenigen Tagen klingelte mein Telefon kurz nach Mittag. Es meldete sich ein dynamischer junger Mann. Beauftragt von einem Dienstleistungsunternehmen, dessen Kunde ich (noch) bin. Typische freundliche Einleitung... Dann der Hinweis auf ein exklusives Angebot, das mich zum „Premium-Kunden“ machen sollte. Soweit ok.

Dann sinngemäß das Folgende: „Als derzeitiger „Normal-Kunde“ müssen Sie ja ewig in der Warteschleife verweilen, wenn Sie Mal wegen eines Problems unsere Service-Nummer anwählen. Wenn Sie Premium-Kunde werden, erhalten Sie einen persönlichen Ansprechpartner, den Sie direkt anrufen können – keine Wartezeiten mehr, keine anonyme Bearbeitung.“

Ich konnte mein Lachen nicht unterdrücken. Da sagt man mir doch glatt völlig unverblümt, dass ich als aktueller „Normalkunde“ einen miesen Service erhalte.

Meine Antwort lautete in etwa so: „Wenn ich als „Normalkunde“ bei Ihnen so behandelt werde als hätte ich keinen Service verdient, dann suche ich mir lieber einen Anbieter, der nicht nur für „Premium-Kunden“ Service bietet – sondern für alle Kunden. Ihr Arbeitgeber scheidet damit leider aus.“

Am anderen Telefon-Ende: „Oh..., äh...!“ Dann so eine Art Kichern. Schließlich betretene Zustimmung: „So kann man das auch sehen.“

Der arme Kerl machte mir keinen besonders motivierten Eindruck. Kein Wunder bei solch einem Leitfaden, den man ihm da zur (Des-)Orientierung gegeben hatte.

Schwacher Gesprächsleitfaden! Abgesehen davon, dass mein persönlicher Premium-Ansprechpartner auch nicht mehrere Gespräche gleichzeitig führen kann. Sollte er also schon telefonieren, wenn ich als Premium-Kunde anrufe und eine Frage stellen will, komme ich wohl auch nicht weiter.

Fazit: Präsentieren Sie immer Vorteile Ihres Angebots, aber machen Sie dadurch nicht Ihre übrigen Angebote schlecht. Heben Sie stattdessen Ihre bisher schon guten Angebote mit weiteren Vorteilen noch mehr in die Höhe.