
Der Autor



Klaus-J. Fink Jurastudium, Speaker, Erfolgstrainer und Coach, Buchautor, Video- und Audiotrainer insbesondere in der Finanzdienstleistungs- und Bankenbranche mit den Schwerpunkten Neukundengewinnung, Empfehlungsmarketing, Vertriebsaufbau.

Klaus-J. Fink ist Dozent an der EBS-Universität im Rahmen der Ausbildung „Certified Financial Planner“ (CFP), Gastredner an der Europäischen Fachhochschule Brühl sowie Lehrbeauftragter an der Steinbeis Hochschule in Berlin.

Dem renommierten Key-Note-Speaker wurde zweimal der Conga Award der TOP 10 Deutschland verliehen; er erhielt zweimal die Auszeichnung als „Trainer des Jahres“. Er ist Expert Member of „Club 55“, Gemeinschaft europäischer Marketing- und Verkaufsexperten.

2012 – Aufnahme in die „Hall of Fame“ der German Speakers Association anlässlich der Ehrung für sein Lebenswerk.

Wenn Sie Kontakt mit dem Autor aufnehmen möchten, wenden Sie sich bitte an:

Telefonakquise und Empfehlungsmarketing

Klaus-J. Fink

Im Musfeld 7

53604 Bad Honnef

Telefon (0 22 24) 8 94 31, Telefax (0 22 24) 8 95 20

Homepage: www.fink-training.de

E-Mail: info@fink-training.de

Sachverzeichnis

A

Ablehnung, 15
Abschlussphase, 115
Akquise, 1, 74, 131
Aktivität, 37
Alternativfrage, 28, 109
Altkontakt, 70, 81, 137
Angebot, 80
Anrufzeitpunkt, 13

B

Begrüßung, 58, 62, 131
Bestandskunden, 19
Betteln, 18
Blended Agent, 124
Bruttotermin, 38
Bumerang-Methode, 107

C

Call-Center, 1

E

Eindruck, erster, 56, 132
Einwand, 90, 139
Einwandbehandlung, 28, 50, 105, 132

Empfehlung, 71
Empfehlungsmarketing, 23
Erfahrungsaustausch, 129
Erfolgstrichter, 39
Event, 127

F

Facebook, 126
Fähigkeiten, verkäuferische, 26, 139
Frage
 geschlossene, 78
 offene, 78
Fragetechnik, 76, 133
Frustration, 14

G

Gesetz der Zahl, 38
Gesprächsabschluss, 115, 140
Gesprächseröffnung, 50, 57, 64, 82,
 84, 85, 133
Grundeinstellung, positive, 137

H

Hartnäckigkeit, 40, 133

I

Ich-Formulierung, 66, 69
Ich-Standpunkt, 67
Identifikation, 16, 134

J

Ja-Aber-Technik, 28, 106
Jasager, 6

K

Kaltakquise, 20, 84, 85
Killerbemerkung, 30
Kommunikation, 30
 partnerschaftliche, 27
Kompetenz, 64
Kompetenzauslotung, 62
Konjunktiv, 18, 27
Kontakte, 8
Kundengruppe, 6, 12, 134
Kundenreaktion, 90, 96

L

Lob, 99, 135
Lösungen, 73

M

Mailing, 70, 80
Mailingaktion, 21, 135
Motivation, 128

N

Nachfassen, 23, 45, 70, 71, 80
Nachfasstelefonat, 22
Nachmotivation, 115

Negativformulierungen, 30
Neinsager, 7
Netzwerk, soziales, 123
Neukunden, 6, 19
Nutzen, 71, 136
Nutzenargumentation, 74

O

Online-Verkauf, 125
Online-Welt, 123, 125
Orientierung, 136

P

Power Team, 127

Q

Qualifikation des
 Ansprechpartners, 50, 86, 137
Qualifikationsmerkmal, 89

S

Sanktion, 130
Schnitzeltechnik, 73
Sekretärin, 50
Servicecalls, 25, 131
Sie-Standpunkt, 64, 67, 69
Social Media, 125
Sokrates-Methode, 27
Soziales Netzwerk, 123
Sprachverhalten, 29
Störenfried-Syndrom, 14
Strategie, 138
Streuverlust, 124
Suggestivfrage, 27

T

Team, 127

Telefonakquise, 11, 123

Telefonkontakt, 12

Telefonparty, 127

Telefonverkäufer, 11

Terminvereinbarung, 49

V

Verbal-Judo, 102, 134

Verbündete, 53

Vereinbarung des

Gesprächstermins, 50

Verlegenheitsformulierungen, 17

Vorstellung, 58, 62, 131

Vorwand, 90, 94, 139

Vorwanddiagnose, 50

Vorzimmerbarriere, 50

W

Wahlversuche, 38, 139

Y

YouTube, 126

Z

Zuläufer, 6