

Dein Arbeitsleitfaden für starke Telefonate

Skripte · Gesprächsführung · Einwandbehandlung · CRM-Regeln

Nicht nur lesen. Laut üben. Im Live-Call Fragen klären. Dann telefonieren.

1

Bevor du startest

Bevor du mit dem Telefonieren beginnst, besuche bitte mindestens einen - besser zwei - unserer Live-Zoom-Calls. Das ist wirklich wichtig.

Die Calls finden als Gruppen-Calls statt. Andere Setter stellen oft genau die Fragen, an die du selbst noch gar nicht gedacht hast. Du hörst echte Fragen aus der Praxis, bekommst die Antworten direkt mit und lernst gleichzeitig von den Erfahrungen der anderen.

DIENSTAG	DONNERSTAG
11:15 Uhr	15:00 Uhr
Zoom: shoplytics.de/zoom-gerd	Zoom: shoplytics.de/zoom-gerd

Nach deinem ersten Live-Call bekommst du:

- deinen persönlichen Zugang zu unserem CRM
- deine ersten Leads
- deine persönlichen Terminlinks zu unseren Closern

Wichtig: Verwende später ausschließlich deine persönlichen Closer-Links. Nur so können Verkäufe korrekt dir zugeordnet und deine Provisionen sicher erfasst werden.

Bei uns ist der Ablauf klar organisiert. Du kannst dich auf das konzentrieren, was zählt: gute Gespräche führen und Termine vereinbaren.

Und dann heißt es: telefonieren!

Für einen erfolgreichen Start solltest du versuchen, auf mindestens 80 Wählversuche pro Tag zu kommen.

80 Wählversuche pro Tag sind in etwa 4 Stunden gut machbar.

Wenn du sicherer und schneller wirst, steigert du dich Schritt für Schritt auf 100 Wählversuche pro Tag.

Aber noch wichtiger als die reine Anzahl: Übe die folgenden Skripte. Du musst sie nicht emotionslos auswendig aufsagen. Du solltest sie aber so gut kennen, dass du während eines Gesprächs nicht mehr überlegen musst, was du als Nächstes sagen möchtest.

- Lies die Skripte laut.
- Sprich sie mehrfach durch.
- Übe mit einer anderen Person.
- Spiele typische Einwände durch.

Je sicherer du mit den Skripten bist, desto natürlicher wirkst du am Telefon.

Arbeitsregel

Markiere dir Formulierungen, die dir noch schwerfallen. Nimm diese Fragen mit in den nächsten Live-Call.

Szenario 1: Anrufbeantworter

Nicht erschrecken - und vor allem nicht einfach auflegen. Sprich folgende Nachricht auf:

Anrufbeantworter-Skript

„Leider habe ich Sie gerade nicht persönlich erreicht.

Ich möchte Sie persönlich zu einem exklusiven Gespräch für Online-Shop-Betreiber einladen.

Wenn Sie mich zurückrufen, können wir gemeinsam klären, ob noch ein Platz frei ist.

Mein Name ist [dein Name]. Sie erreichen mich unter [deine Telefonnummer].

Ich freue mich auf Ihren Rückruf!“

BITTE ÜBEN: Dieser Text muss sitzen.

Du solltest ihn freundlich, locker und sicher sprechen können, ohne ihn Wort für Wort ablesen zu müssen.

Szenario 2: Jemand hebt ab

Warum dieses Skript in der Praxis gut funktioniert

- Zeit respektieren: „Ich mache es ganz kurz.“
- Konkreter Anlass: Der Online-Shop wurde gezielt ausgewählt.
- Klare Dauer: maximal 20 Minuten.
- Risikofrei: kostenfrei und unverbindlich.
- Kein Verkaufsdruck: Es geht zunächst um die Analyse.
- Expertenpositionierung: Daten und reales Nutzerverhalten stehen im Mittelpunkt.
- Einladung statt Druck.

Das Telefon-Skript

Einstieg

„Hallo. Leider habe ich Ihren Namen gerade nicht richtig verstanden.“

WARTEN

„Danke. Frau/Herr _____, hier ist [dein Name] von Shoplytics.

Ich mache es wirklich ganz kurz.

Ich suche aktuell gezielt Online-Shops, die mir von ChatGPT vorgeschlagen werden und bei denen sich eine kurze, absolut kostenfreie individuelle Shop-Analyse definitiv lohnt.

Und jetzt bin ich da, um Sie - oder jemanden aus Ihrer Firma beziehungsweise gerne auch Ihre Agentur - dazu einzuladen.“

Nutzen erklären

„Das Ganze dauert maximal 20 Minuten.

Unser Online-Shop-Profi zeigt Ihnen konkret:

- warum Besucher nicht kaufen, obwohl sie eigentlich kaufbereit sind
- welche Seiten im Shop schlecht konvertieren und warum

Jeder Besucher hinterlässt Spuren:

Bewegungen, Verweildauer, Klickverhalten und Entscheidungsabbrüche.

Diese Daten lassen sich vollständig auswerten - und genau das zeigen wir Ihnen kurz in dieser Analyse.

Das Schöne und Coole daran ist: Sie können natürlich alle Erkenntnisse anschließend für Ihren Shop verwenden.

Wenn Sie möchten, können Sie zu dem Termin auch Ihre Agentur oder Ihren Programmierer dazuholen. Das ist sogar häufig sinnvoll.

Ich gehe davon aus, dass das für Ihr Unternehmen grundsätzlich interessant ist, oder?“

Dein Ziel: Interesse wecken - nicht Shoplytics am Telefon verkaufen.

JA - der Interessent möchte einen Termin

Jetzt nicht wieder alles erklären. Dein Ziel ist jetzt der konkrete Termin.

Text 1

„Perfekt. Dann blocken wir kurz einen Termin für die Analyse.

Die dauert etwa 20 Minuten.

An welche E-Mail-Adresse darf ich Ihnen die Terminbestätigung schicken?“

Text 2

„Perfekt. Dann würde ich Ihnen zum Beispiel

am _____ um _____ Uhr

oder alternativ

am _____ um _____ Uhr vorschlagen.

Welcher Termin passt besser?“

Text 3

„Sehr gut, das freut mich.

Dann lassen Sie uns direkt einen konkreten Termin finden, damit es greifbar wird.

Wann passt es Ihnen grundsätzlich besser - eher vormittags oder nachmittags?“

WARTEN

„Eher diese Woche oder nächste Woche?“

Der Interessent möchte zuerst eine E-Mail

Das ist vollkommen in Ordnung. Auch hier gilt: nicht diskutieren.

Text 1

„Gut, das ist verständlich. Immerhin habe ich Sie gerade kalt und völlig unvorbereitet angerufen.

Wenn Sie erlauben, sende ich Ihnen einfach eine kurze Info-E-Mail zu.

Dann können Sie sich das selbst in Ruhe ansehen oder die E-Mail an einen Kollegen oder eine Kollegin weiterleiten, falls jemand anderes der richtige Ansprechpartner ist.“

Text 2

„Sie möchten zunächst eine kurze E-Mail mit weiteren Informationen? Sehr gerne.

Dann sende ich Ihnen eine kurze Übersicht über uns sowie den genauen Ablauf und Mehrwert des Gesprächs.

Welche E-Mail-Adresse darf ich verwenden?“

Anschließend: „Und falls Rückfragen entstehen: Unter welcher Telefonnummer erreichen wir Sie am besten?“

„Kein Interesse!“ - professionell abschließen

- nicht diskutieren
- nicht überreden
- nicht rechtfertigen
- freundlich und professionell bleiben

Formulierung bei klarer Absage

„Ich verstehe. Sie haben gerade weder Zeit noch Interesse - das ist absolut in Ordnung. Ich habe Sie schließlich völlig unvorbereitet kalt angerufen.“

Darf ich Ihnen zumindest eine kurze E-Mail zusenden, damit Sie wissen, mit wem Sie das kurze Vergnügen hatten?“

Warum dieser Satz wichtig ist

- Er nimmt Druck aus dem Gespräch.
- Er zeigt Respekt.
- Er akzeptiert die Situation.
- Er öffnet trotzdem noch eine kleine Tür.

Oft kommt: „Ja, schicken Sie halt was.“ - und genau das ist ein wertvoller Kontakt-Eintrag.

CRM sauber pflegen

Nach einem E-Mail-Einverständnis fragst du sauber ab: „Welche E-Mail-Adresse darf ich verwenden?“

Achte anschließend auf einen vollständigen CRM-Eintrag:

- Anrede
- Vorname
- Nachname
- E-Mail-Adresse
- Telefonnummer, die du gerade angerufen hast

Saubere Daten sind Teil deiner Arbeit.

Nach einer klaren Absage: Die 3-Monats-Regel

Wenn jemand eindeutig ablehnt und auch keine E-Mail möchte, ist das Gespräch beendet. Danach bitte keine weiteren Kontaktversuche.

Der Kontakt wird für 3 Monate pausiert. Danach kannst du ihn wieder wie einen neuen Lead behandeln.

Im CRM markieren:

Status = Absage / Wiedervorlage in 3 Monaten

Disziplin schlägt Aktionismus.

Das musst du über Shoplytics verstanden haben

Bitte verankere diesen Gedanken: Es geht nicht einfach um eine allgemeine „Optimierung des Online-Shops“.

Wie verhalten sich echte Besucher im Shop - und an welchen Stellen gehen Kaufentscheidungen und damit Umsatz verloren?

Das versteht praktisch jeder Shopbetreiber. Wenn du diesen Gedanken selbst verstanden hast, kannst du Shoplytics auch viel einfacher erklären.

Die 5 wichtigsten Einwände

Bei einem Einwand ist deine Aufgabe nicht, eine Diskussion zu gewinnen. Bleib ruhig und sachlich. Führe das Gespräch, wenn möglich, wieder zurück zur 20-Minuten-Analyse.

1 · „Ich habe keine Zeit.“

„Verstehe ich vollkommen. Genau deshalb sind es nur 20 Minuten - kompakt, datenbasiert und ohne Pitch. Wenn es sich nicht lohnt, beenden wir das Gespräch einfach früher.“

Passt es grundsätzlich eher diese oder nächste Woche besser?“

Merke: Zeitmangel ist nicht automatisch ein Nein.

2 · „Ich mache das alles selbst.“

„Das ist stark - genau dann kann ein externer Blick besonders spannend sein. Wir ersetzen nichts. Wir zeigen lediglich, wo Besucher konkret abspringen oder an welchen Entscheidungsstellen möglicherweise Umsatz verloren geht.“

Wäre ein kurzer strukturierter Blick von außen grundsätzlich interessant?“

Merke: Selbstmacher wollen Kontrolle. Gib ihnen zusätzliche Transparenz.

3 · „Ich habe eine Agentur.“

„Perfekt. Dann sind Transparenz und Professionalität ja ohnehin vorhanden. Wir ersetzen Ihre Agentur nicht. Wir analysieren das reale Nutzerverhalten im Shop und können damit auch die Arbeit Ihrer Agentur unterstützen.“

Deshalb finden viele unserer Gespräche sogar gemeinsam mit Agenturen statt. Wäre ein kurzer datenbasierter Blick als Ergänzung grundsätzlich interessant?“

Ganz wichtig: Niemals gegen die Agentur argumentieren.

4 · „Ich glaube Agenturen sowieso nicht.“

„Verstehe ich. Deshalb ist es auch kein klassischer Agentur-Pitch. Es geht um sichtbares Nutzerverhalten und konkrete Abbruchstellen im Shop.

Nach 20 Minuten wissen Sie, ob die Erkenntnisse für Sie relevant sind oder nicht - ganz ohne Verpflichtung.“

Als kleines Dankeschön senden wir Ihnen ein gedrucktes Buch per Post zu.

Merke: Vertrauen entsteht durch Klarheit - nicht durch Überreden.

5 · „Schicken Sie erst einmal Informationen.“

„Sehr gerne. Dann sende ich Ihnen gezielt eine kurze Übersicht.

Welche E-Mail-Adresse darf ich verwenden?“

Die wichtigste Grundregel bei allen Einwänden

- Nicht rechtfertigen.
- Nicht verteidigen.
- Nicht diskutieren.
- Ruhig bleiben.
- Zuhören.
- Wenn sinnvoll, zurück zur 20-Minuten-Analyse führen.

Ein Einwand bedeutet zunächst einmal: Der Gesprächspartner beschäftigt sich mit dem Thema.

Dein Ziel ist immer der Termin

Du bist als Setter nicht dafür da, Shoplytics am Telefon zu verkaufen. Du musst auch keine langen Fachgespräche führen.

Interesse wecken. Nutzen verständlich machen. Termin vereinbaren.

Den Rest übernimmt der Closer.

Vor dem ersten Telefon-Tag

☐	Mindestens 1 Live-Call besucht
☐	Zoom-Link gespeichert
☐	CRM-Zugang erhalten
☐	Erste Leads erhalten
☐	Persönliche Closer-Links erhalten
☐	Anrufbeantworter-Skript laut geübt
☐	Hauptskript mehrfach laut gesprochen
☐	5 Einwände durchgespielt
☐	CRM-Status und 3-Monats-Regel verstanden

Je besser du vorbereitet bist, desto natürlicher kannst du sprechen.

Und dein Ziel bleibt klar:

Ein gutes Gespräch führen und den Termin vereinbaren.