

Qualität am Telefon

Verfasser: Lorenz A. Aries
Geschäftsführer der optimAS AG für Verkaufsoptimierung

1. Das Telefongespräch, die Visitenkarte des Unternehmens

Mit diesem Titel haben schon sehr viele Fachartikel begonnen. Die Menge der bereits publizierten Bücher und Artikel zu diesem Thema beweisen, dass es ein „Dauerbrenner“ ist. Die Bedeutung des Telefongesprächs nimmt in der heutigen Zeit der raschen Kommunikation permanent zu. Dementsprechend ist der Qualität am Telefon immer mehr Beachtung zu schenken.

Jede Visitenkarte soll das Unternehmen in seinem visuellen Corporate-Design ideal vorstellen. Visitenkarten systematisch gesammelt um später wieder zur Kontaktierung der Zielperson eingesetzt zu werden. Visitenkarten sagen in der Regel sehr viel aus über ein Unternehmen. Auf dem wenigen Platz, verkauft sich eine Person und ein Unternehmen über wenige Worte und mit prägnanten Bildern.

Sehr oft hört man nach der Übergabe der Visitenkarten ein AHA, OH oder MHM. Also in der Regel eine überraschte oder zustimmende Bemerkung. Welche Bemerkung erzeugt wohl die verbale Visitenkarte am Telefon. Hier erhält die telefonierende Person in der Regel kaum je eine Quittung.

Wer viel telefoniert erkennt bereits beim Telefonempfang die Qualität und vorallem die Bedeutung die einer anrufenden Person entgegengebracht wird. In vielen Unternehmen wird der Standard gefordert, dass nach dem 3. Rufton (Läuten) das Telefon abgenommen ist. Nur schon diese einfache Norm zu erreichen ist sehr oft mit viel Aufwand erst möglich. Leider ist diese Grundqualität heute nicht mehr eine Chance zur Differenzierung am Markt. Diese Norm muss heute als absolute Basis vorausgesetzt werden.

Neben der Norm max. 3 mal Läuten werden in vielen Unternehmen keine weiteren Qualitäts-Standards mehr gesetzt. Wer dem Telefonempfang jedoch eine weitere Bedeutung beimisst kommt automatisch auf Qualitätsfaktoren wie

- Sprechweise richtige Modulation der Stimme, richtige Geschwindigkeit und richtige Lautstärke
- Lächeln beim sprechen
- Namen richtig, gut und deutlich aussprechen
- Interesse dem Gesprächspartner gegenüber spüren lassen

Diese Basis Standards sollte sich jedes Unternehmen zu Herzen nehmen und sich daran machen diese Faktoren zu optimieren.

2. Die heutigen Qualität-Standards

Aus der Sicht des Kunden ist die mechanische Telefonqualität bereits alter Kaffee. (3 x Läuten etc.) Für Kunden von heute zählen Normen wie:

- Wie freundlich werde ich am Telefon empfangen?
- Wie rasch fassen die Personen am Telefon meine Bedürfnisse auf?
- Wie genau werden diese Bedürfnisse / Fragen oder Informationen weitergeleitet?
- Wie genau kommen die Informationen bei der nicht erreichten Zielperson an und wie lange dauert es, bis das Gewünschte erfüllt / erledigt wird?

Diese Normen bedingen ein ausgeprägtes Bewusstsein der MitarbeiterInnen am Telefon, dass auf der andern Seite ein Kunde oder Lieferant ist, der mit unserem Geschäft etwas zu tun haben will. Also der besorgt ist, dass im einen wie andern Falle Geld verdient werden kann.

Die häufigsten Barrieren

Wer viel telefoniert erkennt die vielen Hindernisse und Barrieren die ihm in den Weg gelegt werden sofort. In der Regel sind es folgende Aussagen und folgendes Verhalten:

Aussagen

- Ich kann Hr./Fr. jetzt nicht erreichen
- Ich weiss nicht wenn Hr./Fr. wieder da ist
- Hr./Fr. ... hat jetzt eine Sitzung, er will nicht gestört werden

Verhalten

- Können Sie wieder anrufen
- Ich kann Ihre Information jetzt nicht entgegennehmen, versuchen Sie es später nochmals
- Ich weiss nicht ob wir das noch an Lager haben, ich müsste das zuerst nachschauen
- Diese Ware ist auch nicht an Lager. Ob sie bereits bestellt ist weiss ich nicht

Wenn Barrieren dieser Art aufgebaut werden, muss sich kein Geschäftsführer wundern, wenn die Kunden ungern anrufen. Schlimmer noch wenn dann das Image entsteht

- „Die haben nie etwas an Lager“
- „Die sind schnippisch und unfreundlich“
- „Man kann fragen was man will, man erhält nur immer halbe Antworten“

In Kundenzufriedenheits-Umfragen lässt sich das Telefonimage sehr gut messen. Fragen Sie ganz einfach nach den hauptsächlichsten Aussagen von

- Sachbearbeitern
- Sekretärinnen / Assistenten
- Chefs
- Administrativ eingesetzten Personen (Buchhaltung, Spedition, Disposition).

Fragen Sie im 2. Teil nach den Gefühlen die im Anschluss an entsprechende Aussagen entstanden sind, oder zurück geblieben sind. Zum Beispiel

- Wutgefühle
- Enttäuschung
- Resignation
- Freude
- Erkenntnis gibt sich unwahrscheinlich Mühe, die Hände sind jedoch gebunden
- Sucht das Beste aus einer Situation zu machen
- Macht absolut das Beste aus der Situation

Die heutigen Qualität-Standards werden also im Verhalten gefunden. Dabei kommen Faktoren zum tragen wie

- Kundenorientierung spüren lassen
- Interesse dem Anrufer entgegenbringen
- Attraktiv am Telefon wirken
- Positive Aussagen machen. Negative Aussagen wenn möglich komplett vermeiden

3. Wichtige Standards für die Zukunft

Wer in der Zukunft mit seinem Verhalten am Telefon eine klare Differenzierung am Markt erzielen will, muss eine klare Definition seiner Qualität-Standards vornehmen. Dabei kommen Faktoren zum Zuge wie:

- Ideale Sprechweise
- Positive Gesprächsinhalte verstärken
- Negative Aussagen in keiner Weise durch Repetitionen verstärken, sondern durch eine systematische Einwands/Fragenbehandlung entkräften oder relativieren
- Kundennamen (je nach Sprachregion z.B. nur Herr / Frau) mehrfach nennen. Kundennamen erfassen und bei Folgeschritten nach dem Telefongespräch auch die Vornamen
- Konsequentes realisieren von verbindlichen Formulierungen. Bewusst mehrfach und gezielt Höflichkeitsworte einsetzen.

- Als einer der wichtigsten Faktoren für die Zukunft wird das Drehen der Gesprächsführung sein. Vom nur passiven Verhalten müssen die MitarbeiterInnen in der Zukunft auch das aktive Verhalten beherrschen. Also ganz bewusst Vorschläge unterbreiten, Ideen entwickeln und Interesse durch gezielte Informationen das Interesse an unseren Produkten und unserer Firma steigern.

4. Wie kann die Qualität der Sprechweise am Telefon gesteigert werden?

Diese Frage wird immer dann gestellt, wenn ein Unternehmen oder seine Geschäftsleitung erkannt haben, dass rein nur mit Informationen vermitteln heute auch nicht mehr geht. Die Art der Verpackung ist beim Telefongespräch / Telefonverkauf das A und das O.

Sprechweisen-Veränderungen sind die schwierigsten Veränderungen die ein Mensch an sich vornehmen kann. Und trotzdem kommt dabei besonders das verbale Corporate Identity einer Unternehmung zum tragen. Die Veränderung der Sprechweise kann mit dem Üben eines Liedes oder der anschließenden Fehlerkorrektur verglichen werden. Eingeschlichene Fehler sind schwieriger zu eliminieren, gegenüber dem Lernen eines neuen Liedes.

Eine qualitative Verbesserung der Sprechweise bedeutet zum Beispiel:

- Reduktion der Geschwindigkeit in der Anmeldung auf ca. 150 - 180 Silben / Minute. Bewusstes sprechen mit kleinen Wirkungspausen während der Anmeldephase
- Natürliche Modulation der Tonlage bei der Anmeldung. Keine monotonen und am Schluss abfallende Anmeldephasen.

Anmeldung beim Telefonausgang (aktiv)

Ideale Form	_____	_____	_____	_____
	Da ist	optimAS AG	mein Name ist	Frau Müller Lorenz Aries
Monotone Form	_____	_____	_____	_____
Negative Form	_____	_____	_____	_____
Anmeldung beim Telefon Empfang		_____	_____	
		optimAS AG	Aries	

Weitere qualitative Merkmale sind:

- Abwechslungsreiches aktives Zuhören. Das bedeutet nicht immer die selben Quittungsworte verwenden. Bewusst abwechseln und variieren zwischen JA, MHM, AHA; AH SO etc.
- Einwände zum Beispiel immer mit Quittungen abfedern, positive Argumente als Replik bringen und wenn immer möglich mit alternativen Abschlussfragen den Einwand behandeln.
- Bewusstes argumentieren aus der Kundenoptik mit einem systematischen Einsatz des „Sie“-Standpunktes. Das kann in etwa so klingen:
 - Sie können davon profitieren
 - Sie haben erhalten
 - Sie sind doch in ../ an ... gewesen

Das Aneignen dieser modernen Form der Telefonsprechweise kann sich heute jedermann leisten. Wichtig ist, dass erkannt wird, die Telefonsprechweise ist wie eine Fremdsprache. Sie muss gelernt und geübt werden. In wenigen Stunden kann bereits ein gutes Fundament gelegt werden. Ausbildungen für die unterschiedlichen Bereiche wie Empfangstelefonistinnen, SachbearbeiterInnen und Telefonverkäufer sind in den meisten Landesregionen vorhanden.

5. Zusammenfassung

Zu beachten ist, dass mit einem einmaligen Input die Veränderung noch sehr klein ist. Um eine Fremdsprache nämlich gut zu beherrschen wendet jeder Mensch mehrere Wochen im Lande und mehrere Jahre von Studium und Training auf. Geben Sie sich in Bezug auf die Perfektionierung der Sprechweise am Telefon nicht zu wenig Zeit.

In der Regel machen die meisten Unternehmen in dieser Beziehung immer den grössten Fehler. Sei es aus Auftragsgründen (zuviel oder zuwenige) wird in diesem Bereich dem Mitarbeiter immer zuwenig Trainingszeit und Anwendungsmöglichkeiten geboten. Wenn er nach Hause kommt erwartet ihn bereits der nächste Stress und somit wird der Alltagstrott wieder einmal mehr zementiert.

Wurden in einem Betrieb Mitarbeiter zum Thema Qualität am Telefon ausgebildet, ist es ganz wichtig, dass ab sofort die Vorgesetzten die notwendigen Unterstützung, Aufmerksamkeiten und Coachings vornehmen. Nur so kann gewährleistet werden, dass die Investition in die Ausbildung, Technik und Informationsverarbeitung am Markt auch wirklich seine Wirkung erbringt.