
Kundenfreundlichkeit und Umgang mit schwierigen Situationen am Telefon



Teilnehmerunterlage

Inhaltsverzeichnis

1. TALK-Modell.....	- 3 -
2. Arbeitsblatt „TALK-Modell“	- 4 -
3. Kundenfreundliche Sprache.....	- 5 -
4. Reizwörter.....	- 8 -
5. Arbeitsblatt „Kundenfreundliche Sprache“	- 9 -
6. Sprech- und Stimmtraining mit Zungenbrechern.....	- 10 -
7. Arbeitsblatt „Aktives Zuhören“	- 11 -
8. Aktives Zuhören: Wie geht das?.....	- 12 -
9. Übungen „Aktives Zuhören“	- 15 -
10. Selbsttest- Schwierige Gespräche.....	- 17 -
11. Z.A.U.B.E.R.N. im Umgang mit Reklamationen.....	- 18 -
12. Vertrag mit mir selbst.....	-19 -

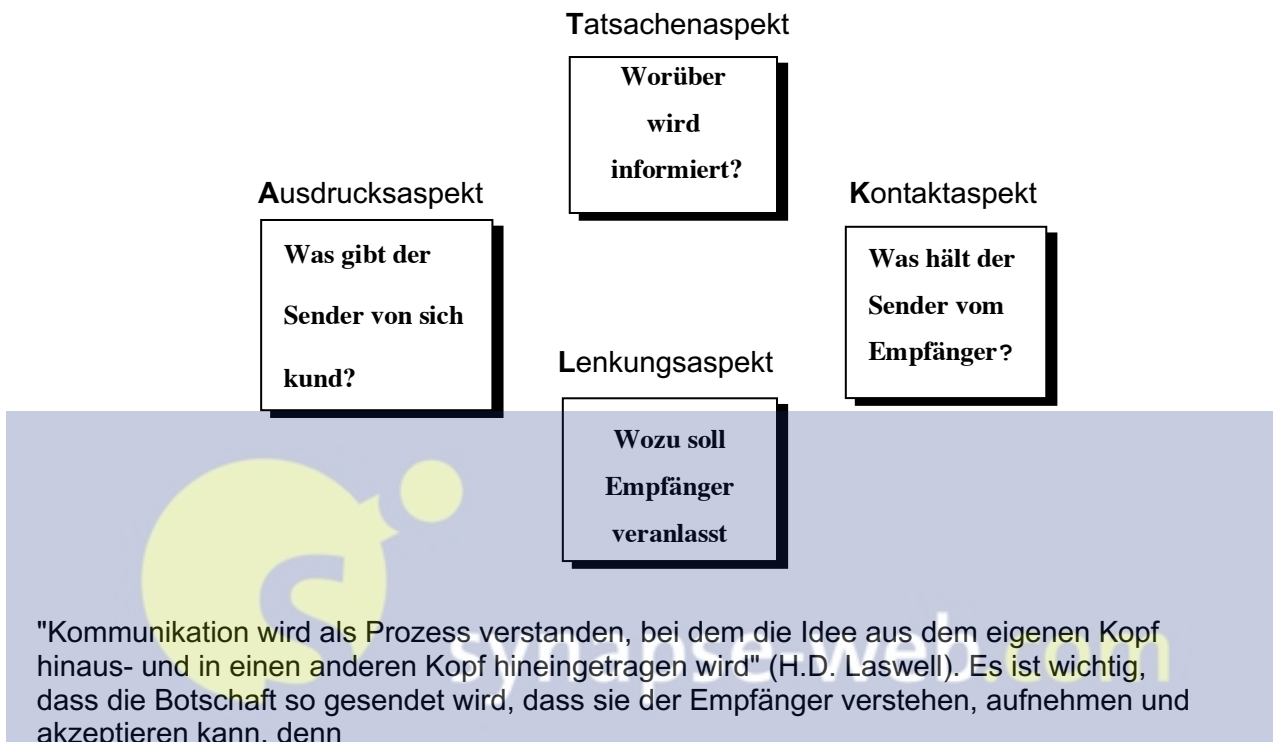


synapse-web.com

1. Das TALK-Modell

Vier Seiten einer Nachricht

Ein Kommunikationspsychologe, Friedemann Schulz von Thun, weist jeder Nachricht vier Aspekte zu:



- Gesagt bedeutet nicht gehört.
- Gehört bedeutet nicht verstanden.
- Verstanden bedeutet nicht einverstanden.
- Einverstanden bedeutet nicht angewendet.
- Angewendet bedeutet noch lange nicht beibehalten.

Alle vier Ebenen einer Nachricht sind miteinander verwoben.

Missverständnisse, Verstimmungen und Konflikt treten immer dann auf, wenn der Sender nicht alle vier Seiten einer Nachricht beherrscht oder der Empfänger nicht alle Kommunikationsebenen auswertet.

Beide Kommunikationspartner müssen die verschiedenen Seiten einer Nachricht erkennen und aufeinander abstimmen.

2. Arbeitsblatt TALK-Modell

Was hat der Sender gemeint?



Situation

Jede Botschaft hat vier Seiten. Das bedeutet: Eine Aussage kann unter vier verschiedenen Aspekten betrachtet werden:

- | | |
|------------|---------------------|
| ❶ Tatsache | ❸ Lenkung/Appell |
| ❷ Ausdruck | ❹ Kontakt/Beziehung |



Aufgabe

Bitte ordnen Sie die Aussagen den jeweiligen Aspekten zu.

Sender		Was könnte der Sender meinen?
„Ach Sie schon wieder!“	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Bedrängen Sie mich nicht! Ich fühle mich gestört. Sie sind ja eine Nervensäge! Jetzt sind Sie da.
„Die Ampel ist grün. Grüner wird es nicht!“	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Von mir kannst Du noch etwas lernen. Ich bin schon ganz unruhig. Fahr zu! Die Ampel ist grün.
„Wissen Sie, ich finde Brad Pitt total super.“	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Ich schwärme für diesen Schauspieler. Wollen Sie mit mir einen Film von Brad Pitt anschauen? Lassen Sie uns seinen neuesten Film anschauen! Brad Pitt ist ein Schauspieler.
„Wann bekomme ich endlich die Ware?“	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Nun unternehmen Sie etwas! Die Ware ist nicht da! Ich habe mich schon so darauf gefreut. Mir als guter Kundin von Ihnen ist das noch nie passiert.!
„Das ist ein schöner Blumenstrauß:“	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Ich finde die Blumen schön. Ein schön arrangierter Strauß. Ich sollte ihr/ihm auch mal wieder Blumen schenken. Solch einen Strauß möchte ich auch haben!
„Puh, ist das heiß hier.“	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	Bitte geben Sie mir ein Glas Wasser. Es ist heiß. Mir ist so warm, dass ich schwitze. Wir haben uns so richtig warm gearbeitet.

3. Kundenfreundliche Sprache

Kunden namentlich ansprechen

Kunden möchten gern als Person wahrgenommen werden. Merken Sie sich deshalb den Namen Ihres Kunden und sprechen Sie ihn zumindest am Anfang und am Ende des Gespräches namentlich an.

„Frau Thiede, was kann ich für Sie tun?“

„Vielen Dank für Ihre Bestellung Frau Kersten!“

Dazu gehören auch höfliche Umgangsformen:

„Bitte.“ „Danke.“ „Gern.“ „Vielen Dank.“ „Leider.“

Worte persönlicher Anerkennung

Kunden sind auch nur Menschen, die sich über eine kleine verbale Streicheleinheit freuen. Die Voraussetzung: Es muss passen.

„Vielen Dank, dass Sie so lange gewartet haben!“

„Gut, dass Sie *sich* gemeldet haben. (bspw. bei einer Reklamation)“

„Vielen Dank für Ihr Interesse!“

 Ihre Beispiele

synapse-web.com

Pausen überbrücken

Der Kunde bringt Geduld mit und auch Verständnis, schließlich werden Sie für ihn tätig. Falls Informationen nicht sofort verfügbar sind, überbrücken Sie die Pause und sprechen Sie mit dem Kunden:

„Einen kleinen Moment bitte.“

„Hier sind die Informationen.“

„Warten Sie, ich schaue mit Ihnen nach.“

 Ihre Beispiele

Positive Sprache

Kunden möchten wissen, was geht. Denn was nicht geht, hilft auch nicht weiter und irritiert womöglich nur. Deshalb drücken Sie sich positiv aus und vermitteln immer Sie das, was möglich ist.

Nicht: „*Mein Kollege ist nicht da.*“ Besser: „*Mein Kollege ist zur Zeit im Urlaub. Wie kann ich Ihnen weiterhelfen?*“

Nicht: „*Dafür sind wir nicht zuständig.*“ Besser: „*Dafür ist das Labor zuständig, ich verbinde Sie mit einer Kollegin im Labor, einen Moment bitte.*“

☞ Ihre Beispiele

Sie-Standpunkt

Menschen möchten gern persönlich angesprochen werden. Sie gehen optimal auf Ihre Kunden ein, wenn Sie die Dinge aus Kundenperspektive betrachten und darstellen.

„Nennen **Sie** mir bitte **Ihre** Kundennummer!“ Nicht: „Die Kundennummer!“

„Sie können ... nutzen.“ Nicht: „**Wir** bieten.“

„Das veranlasse ich für Sie.“ Statt: „Mache ich.“

☞ Ihre Beispiele

Bildhafte lebendige Sprache

Gerade am Telefon sind Sie ausschließlich auf die Sprache angewiesen. Ihr Kunde nimmt die vielen Informationen leichter auf und behält sie im Gedächtnis, wenn Sie bildhaft und lebendig sprechen:

„Da **sagt** mein Computer, das geht nicht!“

„Das hat **Hand und Fuß**.“

„Und jetzt sind Sie **völlig genervt**.“

☞ Ihre Beispiele

Nutzenargumentation

Verdeutlichen Sie Ihrem Kunden seinen Nutzen. Es reicht nicht, dass Sie wissen, was der Vorteil ist. Auch Ihr Kunde hat Anspruch auf diese Informationen.

„Damit das Testergebnis genau sein wird, ist es besser, ich schicke Ihnen einen neuen Sporentest zu.“

„..., das garantiert Ihnen ...“

„Das nutzt/hilft Ihnen besonders bei der ...“

„Der Vorteil ist...“

☞ Ihre Beispiele

5. Arbeitsblatt Kundenfreundliche Sprache

Bitte verbessern Sie!

☹	Warum falsch?	Wie besser?
Ich muss mich da erst erkundigen.		
Rufen Sie nach 14 Uhr noch mal an.		
Ich bedanke mich.		
Warum haben Sie sich nicht früher gemeldet?		
Das haben Sie falsch verstanden.		
Ich sagte Ihnen doch, das geht nicht.		
Das ist nicht so einfach.		
Das kostet dann aber mehr!		
Kann ich Ihnen irgendwie helfen?		
Normalerweise müsste das klappen.		
Es gibt Probleme mit dem Computer.		
Ich kann Sie in höchstens 3 Tagen informieren.		
Dafür ist mein Kollege zuständig.		
Sie müssen schon entschuldigen, dass da was falsch gelaufen ist.		
Da muss ich nachschauen, Moment. - ... Soo, hören Sie bitte?!		
OK. Bitte! Tschüss.		
Da muss ich Sie weiter verbinden...		
Ich melde mich dann noch mal...		
Dürfte ich gerade mal um ihren Namen bitten !?		
Ich habe die Unterlagen nicht zur Hand.		
Da muss ich mal nachschauen...		
Sie müssen zunächst Folgendes machen.....		
Normalerweise macht das		

8. Aktives Zuhören – Wie geht das?

„Spiegeln“ ⇒ Wiederholung des gehörten Sachverhaltes

Hierdurch wird geklärt, ob der Inhalt der Nachricht auch wirklich beim Empfänger angekommen ist. Wenn nicht, können mögliche Missverständnisse und Fehldeutungen sofort geklärt werden, so dass das Verständnis zwischen den beiden Gesprächspartnern wirklich gesichert ist.

"Hab´ ich Sie richtig verstanden ...?"

„Sie sagten eben gerade ...?“

„Ihnen ist also wichtig, dass ...?“

„Mit anderen Worten, Sie möchten ...?“

„... das heißt also, dass Sie ...?“

Wie funktioniert Rückkopplung?

- ▷ **Paraphrasieren:**
den Inhalt mit eigenen Worten formulieren
- ▷ **Verbalisieren:**
den Inhalt mit den Worten des Gesprächspartners wiedergeben
- ▷ **Nachfragen:** 
Meinen Sie damit, dass...
- ▷ **Zusammenfassen:**
Darf ich Ihren Beitrag kurz zusammenfassen?

= Rückkopplung ist eine wesentliche Voraussetzung für eine gelingende Kommunikation!

„Überblick“ ⇒ Zusammenfassen von Absprachen:

Am Ende des Gesprächs geben Sie einen Überblick über das Gesprächsergebnis.

Die Zusammenfassung soll vor Missverständnissen bewahren. Sie betont auch, wer was bis wann zu tun hat. Dies gibt Ihnen Klarheit und Ihrem Kunden Sicherheit.

- „Soweit habe ich Sie verstanden ...“
- „Ich fasse zusammen ...“
- „Dann machen wir jetzt Folgendes...“
- „Daraus ergibt sich folgender Sachverhalt ...“

„Fragezeichen“ ⇒ Vertiefende Fragen:

Fragen signalisieren dem Zuhörer Aufmerksamkeit, Verständnis und Wachheit. Die Kunst besteht darin, die richtigen Fragen zu stellen. Richtige Fragen sind zielführend, sie erhellen ein Problem und klären die Situation.

Es gibt **offene Fragen**. Offene Fragen fordern den Kunden auf einen Sachverhalt näher zu erläutern:

- „Was genau meine Sie damit?“
- „Was ist passiert?“
- „Wie ist es Ihrer Meinung dazu gekommen?“

Es gibt **geschlossene Fragen**. Geschlossene Fragen werden mit einem „Ja“ oder „Nein“ beantwortet:

- „Kann ich noch etwas für Sie tun?“

Es gibt **alternative Fragen**. Vor die Alternative gestellt, muss sich der Kunde entscheiden:

- „Wünschen Sie einen Ersatz oder eine Gutschrift?“



Aktives Zuhören: Fragetechnik

Ziele und Anwendung der *offenen* Frage

- Die offene Frage eröffnet den Dialog mit dem Kunden. Der Kunde soll zum Gespräch angeregt werden.
- Die offene Frage dient der **Informationsbeschaffung**. Der Kunde spricht über sein bisheriges Vorgehen, seine Erfahrungen, seine Meinung und/oder seine Wünsche.
- Die offene Frage wird am Gesprächsanfang eingesetzt.

Merkmale der *offenen* Frage:

Die offene Frage beginnt immer mit einem **Fragewort**.

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Wer ist für Sie ...? | <input type="radio"/> Wie ist das genau ...? |
| <input type="radio"/> Was haben Sie ...? | <input type="radio"/> Woher hat ...? |
| <input type="radio"/> Welche ...? | <input type="radio"/> Inwieweit hatten Sie bereits ...? |
| <input type="radio"/> Woran haben Sie ...? | <input type="radio"/> Inwiefern ist das für Sie ...? |

Ziele und Anwendung der *geschlossenen* Frage

- Die geschlossene Frage dient zur Bestätigung von Sachverhalten, Vermutungen oder Erklärungen.
- Sie hilft Ihren Kunden dabei Entscheidungen zu treffen.
- Geschlossene Fragen (Ja / Nein-Fragen) eignen sich gut zum **Stoppen von Dauerrednern**.
- Eingesetzt wird sie **während** und **am Ende** des Gesprächs.

Merkmale der *geschlossenen* Frage:

Die geschlossene Frage beginnt immer mit einem **Tätigkeitswort**.

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Haben Sie bereits ...? | <input type="radio"/> Machen Sie ...? |
| <input type="radio"/> Ist das so in Ordnung ...? | <input type="radio"/> Sehen Sie ...? |
| <input type="radio"/> Möchten Sie ...? | <input type="radio"/> Sollen wir das ...? |

Ziel und Anwendung der *alternativen* Frage

- **Hilfe bei der Entscheidungsfindung: Der Kunde wählt zwischen 2 Möglichkeiten.**
- Anwendung insbesondere **in der Abschlussphase**.

Merkmale der *alternativen* Frage:

Die alternative Frage ist durch das Wort **oder**, bzw. **entweder oder** gekennzeichnet.

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Haben Sie ... oder ...? | <input type="radio"/> Soll ich Sie heute noch oder doch eher morgen Vormittag anrufen? |
| <input type="radio"/> Ist das so in Ordnung für Sie ... oder ...? | <input type="radio"/> Ist es Ihnen ... oder ... lieber ...? |
| <input type="radio"/> Wissen Sie wann ... oder ...? | <input type="radio"/> Kann ich Sie heute oder eher morgen telefonisch gut erreichen? |
| <input type="radio"/> Möchten Sie ... oder ...? | |

9. Übungen Aktives Zuhören

Aufgabenstellung

Spitzen Sie die Ohren und hören Sie aufmerksam zu. Notieren Sie sich ggf. alle wichtigen Informationen die Sie zur Bearbeitung der Kundenreklamation benötigen.

Achtung: Hier geht es verstärkt um das Lernfeld Zuhören der Schwerpunkt liegt nicht im aktiven Zuhören.

Stellen Sie sich nun folgende Situation vor:

Frau Wohlfahrt geht zum Schneider. Sie will sich etwas anfertigen lassen.

Schneiderin: Guten Tag Frau Wohlfahrt, wie geht es Ihnen?
Frau Wohlfahrt: Gut das Sie fragen. Zur Zeit gar nicht gut. Ich bin nämlich schwanger und im Moment habe ich schlimme Verdauungsstörungen, doch nun zu meinem Anliegen. Ich werde in 4 Monaten heiraten. Das wird dann aber auch höchste Zeit, denn dann bin ich hochschwanger.
Wir werden nicht kirchlich heiraten aber abends gibt es eine Wahnsinns Party. Ich brauche als kein elfenbeinfarbenes Tütü wie Lady Di bei ihrer Hochzeit, sondern eher was kleines schwarzes. Meine Nachbarin, oh man, die muss ich ja auch noch einladen... die hatte mal ein Kleid, das hatte ganz zarte Spagettiträger. Natürlich darf es nicht auf Taille geschnitten sein. Es sollte ausgestellt sein. Ein bisschen festlich schon, ich dachte da an 2-lagiges Tüll beginnend ab unterhalb des Busens. Das Dekollete sollte weit ausgeschnitten sein und spitz zulaufend. In der Länge sollte es oberhalb des Knies sein. Auf meine Beine bin ich immer noch stolz. Bloß kein Muster, das lenkt so ab, Sie wissen schon.
Oh ich habe gar keine Zeit mehr. Haben Sie eine Vorstellung von meinem Hochzeitskleid bekommen? Na prima, ich komme zum Ausmessen noch mal vorbei. Dann können wir uns über „meinen Traum“ weiter unterhalten. Tschüssi...
Die Kundin stürmt aus dem Laden.

Stellen Sie sich nun vor, Sie sind die Schneiderin und wollen Frau Wohlfahrt anrufen um sich rück zu versichern über die Angaben zum Kleid.

Wie genau soll das Kleid von Frau Wohlfahrt aussehen?
Bitte fassen Sie in wörtlicher Rede in eigenen Worten zusammen.

Z. B. „Habe ich Sie richtig verstanden...“