

8. Sparkassen-Callcenter Qualitätstage 29.11.2012 Münster

Wolfgang Ronzal www.ronzal.at



Warum soll ich Kunde bei Ihnen werden / bleiben ?

**Was bieten Sie, was ich wo anders nicht bekomme?
Wie unterscheiden Sie sich von anderen?**

- > Werden Sie unverwechselbar, nicht austauschbar!**
- > Ihre Chance: Anders als Andere**

Wenn Sie dazu gehören, werden Sie es in Zukunft schwer haben!

*„Wir haben zu viele ähnliche Firmen,
die ähnliche Mitarbeiter beschäftigen,
mit einer ähnlichen Ausbildung,
die ähnliche Arbeiten durchführen.
Sie haben ähnliche Ideen
und praktizieren ähnliche Dinge
zu ähnlichen Preisen in ähnlicher Qualität.“*

(Karl Pils)

Wie können Sie sich unterscheiden?

1. Preis / Leistung ?

2. Hohe Innovation / Technik ?

3. Best Service !

> durch die Menschen !

Sympathie

Mit Sympathie wird der Bekanntheitsgrad erhöht!

Sympathie entsteht durch persönliche Kontakte.

Sympathie entsteht durch Menschen!

Beziehungsmanagement

„Der Beziehungsaspekt einer Kommunikation ist dem Inhaltsaspekt grundsätzlich übergeordnet!“ (Paul Watzlawick)

Kundenerwartungen:

1. Freundlichkeit = Servicequalität

2. Kompetenz = Beratungsqualität



Das Gewöhnliche zum Besonderen machen!

**Wo können wir großzügig sein?
Überall dort, wo es uns nichts (wenig) kostet!**

**Wer aufhört besser sein zu wollen,
hört auf gut zu sein!**

Sind Sie erreichbar?

*„Zur Zeit sind alle Kollegen im Gespräch.
Doch Ihr Anruf ist uns wichtig.
Sie werden mit dem nächsten freien Platz verbunden.“*

*„Leider können wir Ihren Anruf im Augenblick
nicht entgegennehmen.
Rufen Sie bitte später noch einmal an.“*



Kundenerwartungen inbound

1.Schnelligkeit

2.Begrüßen – Melden – Vorstellen

3.Hilfsbereitschaft (Empathie)

4.Der „richtige Ton“

5.Kompetenz



Schnelligkeit

- **Erstes und wichtigstes Qualitätskriterium für Kunden am Telefon**
- **„Bitte warten“ führt zu Frust und Aggression**

Begrüßen – Melden - Vorstellen

Wie wird der Kunde am Telefon „empfangen“?

➤ Desinteresse? Lustlosigkeit? Routine?

➤ Wir sind gerne für Sie da!

**Da der Kunde Ihr Lächeln nicht sehen kann,
muss er es „hören“!**

Hilfsbereitschaft (Empathie)

Mit einer offenen Frage (W-Frage) übernehmen Sie die Initiative und Gesprächsführung

- **Wie kann ich Ihnen helfen?**
- **Was kann ich für Sie tun?**

Der richtige Ton bewirkt, dass

- Sie Zeit gewinnen, da Sie gut verstanden werden
- Sie Missverständnisse beim Anrufer vermeiden
- Sie sicher und überzeugend wirken



8 sprachliche Wirkungsmittel:

1. Angenehme Stimme
2. Deutliche Aussprache
3. Angemessenes Tempo
4. Angemessene Lautstärke
5. Verständliche Formulierungen
6. Kundenorientierte Wortwahl
7. Positive Formulierungen
8. Bildhafte Formulierungen

Tonbandansage – „Warteschleifen“

80 Prozent der Menschen wollen lieber etwas über das Unternehmen erfahren, als mit Musik berieselt zu werden, die sie nicht hören wollen.

Auch hier gilt: Anders als Andere !

Kundenerwartungen outbound

- **Kein Aktions- / Produktverkauf**
- **Interessante / aktuelle Information**
- **Nutzen für den Kunden ?**
- **Ehrliche Beratung**



WIR möchten uns vorstellen!

ICH möchte, ICH habe, ICH mache.....

Die meisten sprechen nur von sich selbst!

Interessiert das den Kunden?

Outbound - Gespräche

müssen professioneller werden.

Was interessiert einen Kunden?

- Seine Person, seine Firma
- Für ihn passende Neuigkeiten, Vorteile
- Fälligkeiten, Abläufe
- Hohe Eingänge, hohe Guthaben
- Wichtige Änderungen in der Bankverbindung

Die 6 häufigsten Fehler am Telefon:

1. Zu langes Läuten
2. Die Meldung ist sehr unterschiedlich
3. Schlechte Weiterverbindung
4. Undeutliches Sprechen
5. Es ist kein „Lächeln“ zu hören
6. Keine Namensansprache, kein Dank



Der Augenblick der Wahrheit

**Jeder Telefonkontakt
ist ein Augenblick der Wahrheit !**

Wie viele Negativerlebnisse gibt es täglich ?

**Für manche Kunden sind
99,9 % Qualität nicht gut genug !**

Warum wechseln Kunden ?

- Ungünstige Öffnungszeiten
- Lange Wartezeiten
- Unfreundliche Mitarbeiter
- Fehlerhafte Abwicklung
- Keine persönliche Ansprache
- Mangelnde Betreuung
- Schlechte telefonische Erreichbarkeit

Die Vergissmeinnicht-Strategie

„Der Geschäftsabschluss ist lediglich das Ende der „Brautwerbung“, an die die Ehe anschließt.

Wie gut die Ehe wird hängt davon ab, wie sie der Verkäufer gestaltet.“ (Ted Levitt)

= beim Kunden positiv in Erinnerung bleiben!

Kundenbegeisterung

***„In Zukunft wird es nicht reichen,
zufriedene Kunden zu haben,
Sie brauchen begeisterte Kunden!“ (Edgar Geffroy)***

***„Kundenzufriedenheit heißt nicht,
den Kunden zufrieden zu stellen.
Es geht darum, ihn total zu verblüffen!“ (Cip Bell)***

Was innen nicht glänzt, kann außen nicht funkeln!

Zusammenarbeit Call-Center – Filialen ?

- Abgestimmt ?
- Informiert ?
- Kooperativ ?
- Kundenorientiert?

Motivation und Engagement

Gallup-Studie 2010:

- **13 % sind engagiert**
- **67 % machen Dienst nach Vorschrift**
- **20 % haben innerlich gekündigt (2001: 15 %)**

Die Folgen:

Mitarbeiter, die sich im Unternehmen unwohl fühlen, sind weniger engagiert, lehnen zusätzliche Aufgaben ab und machen sich keine Gedanken über Verbesserungen.

Mitarbeiter in der inneren Kündigung kosten Geld, da die Fehlzeiten (Krankenstände) steigen und sie oft gegen das Unternehmen arbeiten.

Was motiviert?

- **80 %** in einem kollegialen Umfeld, in dem die Arbeit Spaß macht.
- **66 %** bei einer Aufgabe, die „erfüllt“
- **56 %** das Gehalt
- **53 %** durch eine fordernde und fördernde Führungskraft

(Studie 2012, 16.500 Arbeitnehmer)

Das Gehalt „muss stimmen“, aber es motiviert alleine nicht!

Wie kommt es zum Wollen?

1. **Eigenmotivation**
2. **Anreize**
3. **Führung**



Der wichtigste Ansatz: Führung

Motivation ist oft dann nicht gegeben, weil die Chemie zwischen Mitarbeiter und Führungskraft nicht stimmt.

Wir müssten unsere Mitarbeiter nicht motivieren, wenn wir aufhören würden, sie ständig zu demotivieren.

Methodisch TOP – Menschlich FLOP ?!

Die größten Defizite sind im zwischenmenschlichen Bereich!



Die gute Nachricht:

- **Alle Menschen sind motiviert!**
- **Die Führungskraft ist verantwortlich dafür, Erwartungen und Bedürfnisse der Mitarbeiter zu erfüllen.**

Führungskräfte lösen durch ihr Verhalten positive oder negative Reaktionsketten aus!

Aufgabe von Führungskräften:

1. **Managen heißt „verändern“!**
(Führungskräfte: Opfer oder Gestalter?)
2. **Aus Mangelhaften das Bestmögliche machen!**
3. **Den Einfluss auf Andere verbessern!**
(Lenken und Anreizen)
4. **Die Vorbildwirkung**

**Um Menschen führen zu können, muss man Menschen mögen!
= Menschen richtig behandeln!**

Kommunikationsprobleme

➤ **haben Folgen:**

**70 Prozent aller Fehler am Arbeitsplatz
sind auf mangelnde und schlechte Kommunikation
zurück zu führen!**

Grundregeln der Kommunikation:

1. **Alles was wir tun, ist Kommunikation!**
(Man kann nicht nicht kommunizieren)
2. **Die Art, wie eine Information übermittelt wird, beeinflusst stets auch den Empfang!**
3. **Entscheidend ist nicht die gesendete, sondern die empfangene Botschaft.**
4. **Der Gesprächsbeginn bestimmt das Unterhaltungsergebnis.**

Kommunikationshürden:

1. Wahrnehmung versus Realität
2. Die Bedeutung der Perspektive
3. Verhalten erzeugt Gegenverhalten
4. Vertrauensbankrott
5. Versteckte Erwartungen
6. Gefühle



Der Einfluss des Feedback:

Menschen leisten mehr, wenn sie ein Feedback (= Rückmeldung) bekommen.

Menschen leisten mehr, wenn ihr Feedback positiv ist. Auch ein **DANKE** ist ein Feedback (Anerkennung).

„Wenn jemand gut ist, dann applaudiere. Du machst damit zwei Menschen glücklich!“ (Samuel Goldwyn)

Machen Sie Ihre Mitarbeiter

➤ zu Gewinnern:

- **Bemerken Sie gute Leistungen**
- **Belohnen Sie besonders gute Leistungen**
- **Erfolgsbilanz statt Kontrolle**
- **Feiern Sie Erfolge**

„Bloßes Schweigen ist als Anerkennung bei weitem zu wenig!“



Welcher Mitarbeiter ist der Beste?

Mitarbeiter	Anzahl Telefonate	Anzahl Termine
A	35	15
B	20	12
C	15	3

Mit welchem Mitarbeiter sprechen Sie?

Mitarbeiterbesprechungen:

1. Gespräche regelmäßiger und häufiger führen
2. Rechtzeitige Vorbereitung
3. Pünktlich beginnen
4. Konkrete Zielsetzung formulieren
5. Klare Struktur, bildhafte Präsentation
6. Mitarbeiter möglichst oft Themen und Beiträge einbringen und vortragen lassen
7. Weniger selbst reden, Fragen stellen, mehr zuhören



Management „by walking around“

1. “The morning way“
2. Die „frühe Montagsrunde“
3. Sales Meeting am Freitag Nachmittag
4. Stehung statt Sitzung
5. Heimspiel versus Auswärtsspiel

***„Wo das Gespräch stirbt,
stirbt bald jede Partnerschaft!“ (Baldur Kirchner)***

***„Wenn die Mitarbeiter nach einer Besprechung mit
Ihnen an ihren Arbeitsplatz zurück kehren und dort
weiter machen, wo sie aufgehört haben, dann haben
Sie etwas falsch gemacht!“***

Die Bedeutung von Emotionen, Spaß, Vertrauen und Optimismus!

- **Emotionalität statt Rationalität**
- **Spaß statt Druck**
- **Vertrauen statt Misstrauen**
- **Optimismus statt Pessimismus**

„Rechte Gehirnhälfte“ mehr einsetzen!

Linke Hirnhälfte

- Zahlen
- Planung
- Organisation
- Kontrollsystem
- Analysen
- Richtlinien

Rechte Hirnhälfte

- Klima
- Freude
- Rituale
- Helden
- Gefühle
- Miteinander reden

Die persönliche Einstellung

Warum stehen Sie morgens auf?

- Um sich zu ärgern?
- Jammern Sie nicht, tun Sie etwas!
- Es gibt keinen schlechten Tag!
- Sieh´ die Dinge positiv
- Lustarbeit statt Frustarbeit

Viel Erfolg wünscht Ihnen

Wolfgang Ronzal

www.ronzal.at

wolfgang@ronzal.at

