

Telefonkultur

# Die akustische Visitenkarte

Broschüre, Plakate und ein Hörspiel haben über die Grundsätze der Allianz Suisse Telefonkultur informiert. Warum braucht ein Unternehmen eigentlich einen überdurchschnittlichen Telefonservice? Wir fragten Expertin Jacqueline Steffen.

## Frau Steffen, was ist Telefonkultur und wie wichtig ist sie für ein Unternehmen?

Jacqueline Steffen: Die Telefonkultur ist Teil des professionellen Verhaltens in einem Unternehmen. Deshalb sollten Grundsätze für den Umgang mit dem Kunden am Telefon kommuniziert und praktiziert werden. Am Telefon geben wir eine «akustische Visitenkarte» ab. In den ersten paar Sekunden entsteht ein guter oder eben nicht so guter Eindruck einer Firma. In dieser Interaktion zwischen Kunde und Mitarbeiter entsteht eine Dienstleistung immer wieder neu. Und hier liegt auch die Chance der Dienstleister, sich heute von den Mitbewerbern noch abzuheben.

## Jacqueline Steffen Oberholzer

Jacqueline Steffen, steffen coaching, marketing & management in Erlenbach (ZH), ist seit 1999 als selbständige Unternehmensberaterin, Trainerin und Coach tätig. Während dieser Zeit hat die 47-jährige Betriebsökonomin über 10 000 Führungskräfte sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter trainiert. Thema ihrer firmeninternen und öffentlichen Seminare ist u.a. «Der perfekte Kundendienst am Telefon».

[www.steffen-coaching.ch](http://www.steffen-coaching.ch)

## Was macht einen Telefonservice «top»?

Zentrales Qualitätskriterium ist heute die Erreichbarkeit. Der Kunde hat weder Lust noch Zeit für mehrere Kontaktversuche. Anrufe müssen möglichst schnell abgenommen und an die richtige Person weitergeleitet werden. Wichtig ist, dass der Kunde mit Namen begrüsst wird und auch den Namen der Kontaktperson kennt. Die Ansprache mit Namen transportiert Wertschätzung. Entscheidend beim Gespräch selbst sind Kundenorientierung und Freundlichkeit.

## Was ärgert den Kunden am Telefon besonders?

Wenn man ihn rechthaberisch behandelt, ihm nicht zuhört oder das Engagement fehlt. Bekomme ich auf eine Frage zu hören «Da bin ich nicht zuständig» oder «Das weiss ich nicht», wirkt der Mitarbeiter demotiviert oder desinteressiert. Erhalte ich hingegen als Antwort «Gerne kläre ich das für Sie ab», fühle ich mich als Kunde ernst genommen.

## Akzeptiert der Kunde den Telefonbeantworter?

Der Kunde wünscht einen Ansprechpart-

ner, jemanden, der sich um sein Anliegen kümmert. Eine Sprachmailbox sollte nur in Ausnahmefällen eingesetzt werden. Und eine hinterlegte Nachricht sollte innert 24 Stunden beantwortet werden.

## Was halten Sie von einer einheitlichen Begrüssung in einem Unternehmen?

Die Begrüssung soll einheitlich sein, denn sie ist vergleichbar mit einem Logo: Dieses ist auf allen Marketinginstrumenten gleich. Niemandem kommt es in den Sinn, ein Logo willkürlich zu verändern.

## Wie verhält sich der ideale Gesprächspartner im Kundenkontakt?

Er bleibt stets freundlich, geht auf den Kunden ein, nimmt ihn als Mensch wahr und ernst. Meine Empfehlungen für schwierige Situationen: Zuhören, ruhig bleiben, den Kunden ausreden lassen und Verständnis für seine Situation signalisieren. Erst im zweiten Anlauf geht es darum, Lösungen zu suchen und sein Anliegen zu seiner Zufriedenheit zu erledigen. Und natürlich: Abgegebene Versprechen müssen zwingend eingehalten werden. *Interview: Bernadette Thalmann*