

Wissen+Karriere

Magazin für Persönlichkeitsentwicklung, Motivation, Aus- und Weiterbildung

„Jedes Problem ist ein noch nicht gegründetes Unternehmen“

Hermann Scherer –
International Speaker of the Year 2014



Mathias Fishedick
Machen Sie mehr Fehler –
Der Vorteil, nicht perfekt
zu sein



Martina Lackner
So werden Sie Ihr eigener
PR-Profi. PR nutzt jenen,
die damit arbeiten.



Frank M. Scheelen
Leadership-Forschung
made in USA
goes Germany



Martin Limbeck
Mit Mut zum Abschluss –
Worauf es beim erfolgrei-
chen Verkaufen ankommt





Der Kundenflüsterer

Ein Plädoyer für persönliche, aufmerksame und bedürfnisorientierte Kommunikation

Stellen Sie sich vor, Ihr Internet fällt aus. Sie können weder E-Mails lesen noch schreiben. Wenn Sie von diesem Kommunikationsmedium abhängig sind, rufen Sie sofort Ihren Anbieter an. Wie wäre das wohl, wenn Sie dann direkt eine charmante Person am anderen Ende der Leitung hätten, mit der Sie bereits beim letzten Problem mit Ihrem Anschluss gesprochen haben und die sich tatsächlich für Ihr Thema interessiert, Ihnen zuhört und individuelle Lösungsvorschläge bietet? Was wäre, wenn diese Person Sie nach der Behebung des Problems einige Tage später anruft, um Sie zu fragen, ob alles wieder läuft und ob Ihr beim ersten Gespräch deutlich hörbarer Schnupfen schon besser geworden ist. Würden Sie sich bei diesem Unternehmen nicht gut aufgehoben fühlen und den temporären technischen Defekt Ihrer DSL-Leitung verzeihen?

Leider sieht die Realität meist so aus: Sie verbringen zunächst einmal mindestens 10 Minuten in Warteschleifen und wählen im „Gespräch“ mit einer Maschine Themenmöglichkeiten aus. Wenn Sie Glück haben, werden Sie nach einer schier endlosen Weile tatsächlich zu einem Menschen durchgestellt. Sie schildern den Ausfall Ihres Internets und was das für Sie bedeutet. Man erklärt Ihnen schlicht, dass so etwas leider vorkommt und bittet Sie, sich später noch einmal zu melden, um zu erfahren, wann das Problem behoben sein wird.

Persönliche Ansprache vs. Kundennummer

Wenn Sie tatsächlich bereit sind, das zu tun, haben Sie mit Sicherheit einen anderen Call-Center Mitarbeiter am Apparat, der keine Ahnung hat, wer anruft. Ohne eine Kundennummer können Sie noch nicht einmal zugeordnet werden. Meist fehlt dem Mitarbeiter zusätzlich noch die Befugnis und Sach-

kenntnis, um Ihnen eine Lösung anzubieten. Standardisiert leiert er herunter, was er in einer Schulung gelernt hat und sobald Sie aufgelegt haben, geraten Sie in Vergessenheit. Der nächste Anrufer wird aus der Warteschleife geholt. Man lässt Sie meist ohne Lösung zurück. Sie fühlen sich schlecht betreut und Ihr Internetanschluss funktioniert immer noch nicht. Was bleibt, ist das Gefühl, dringend den Internetprovider zu wechseln.

Individualität vs. Standard

Dabei könnte es so einfach sein, Kunden auch dann, wenn es schwierig wird, ein wenig glücklicher zu machen. Lassen Sie uns kurz betrachten, wie Kommunikation heutzutage aussieht: Wir sitzen den ganzen Tag vor unseren Computerbildschirmen. Wenn wir nicht am Rechner arbeiten, bestellen wir Bücher, Kleider oder Haushaltsgeräte bei Amazon, anstatt in die Buchhandlung zu gehen oder in die

Boutique um die Ecke. Wir verfassen selbst im Privaten E-Mails und E-Briefe, anstatt unsere Botschaften handschriftlich niederzuschreiben. Eine Briefmarke gibt's heute zum Selbstausschicken. Gleichzeitig schließen zahlreiche Postniederlassungen, weil die Schaltermitarbeiter zu teuer sind und nicht mehr gebraucht werden. Je jünger wir sind und je mehr wir mit E-Trade und Computer-Kommunikation aufgewachsen sind, desto standardisierter sind unsere Gespräche und desto unbefriedigender oft die Ergebnisse. Klar ist es praktisch, wenn wir alles mal schnell zuhause am Rechner erledigen können. Ich fühle mich manchmal jedoch so ausgehungert nach persönlichen Einkaufskontakten, dass ich mich freue, die Brötchen noch direkt beim Bäcker holen zu müssen und dabei einen netten Plausch mit der Bäckersfrau halten zu können, die mir jeden Tag „meine“ Brötchen in die Papiertüte packt und die mir heute eine erfolgreiche Geschäftsreise wünscht, weil ich ihr letzte Woche erzählt habe, dass ich ab morgen eine Woche unterwegs sein werde. Geht es Ihnen nicht auch so?

Umwerben vs. Abarbeiten

Es liegt in der Natur von uns Menschen, dass wir gerne umworben werden. Das gilt im Berufs- wie im Privatleben, gilt für Kunden wie für Freunde und Partner. Warum also nicht lieber individuell und bedürfnisorientiert kommunizieren, anstatt standardisierte Floskeln und Gleichförmigkeit zu zelebrieren? Warum jeden schönen Dialog schon im Vorfeld durch unpersönliches Kommunikations-Einerlei zerstören? Kennen Sie einen guten Grund? Ich nicht. Ich freue mich über jeden Menschen, der mich per-

sönlich anspricht, über jede Kellnerin, die sich merkt, welchen Wein ich trinke, über jeden Versicherungsvertreter, der mich kein Standardformular für die Hausratsversicherung ausfüllen lässt, sondern bei mir vorbeischaud und mit mir gemeinsam den besten Versicherungsschutz erarbeitet. Mit jedem Mitarbeiter, Geschäftspartner, Kunden oder Dienstleister, der mir ein echtes Lächeln schenkt, anstatt einen Smiley per E-Mail zu schicken, kommuniziere ich gerne, auch wenn es mal ein Problem zu beheben gilt. Kurz, ich freue mich über Klasse statt Masse. Und weil mir das selbst so gut gefällt, behandle ich die Menschen um mich herum genau nach dieser Prämisse.

Gehen wir noch einmal zurück zum Call-Center Personal. Hätten die Damen und Herren einen Chef, der ihnen die Firmenphilosophie des „Kundenflüsterers“ beibringt, anstatt sie Standardfloskeln auswendig lernen zu lassen, sie in individueller Kommunikation schult, anstatt sie in ein Regelkorsett zu pressen, dann wären die Kunden dieses Unternehmens viel glücklicher und mit Sicherheit auch die Mitarbeiter. Warum? Weil Zufriedenheit abfährt. Weil ein Lob des Kunden, ein positives Feedback zu mir und dem Unternehmen mich aktiviert, immer wieder motiviert und positiv stimmt. Ein Tipp aus dem Privatleben: Visualisieren Sie immer wieder Ihren schönsten Flirt. Wie haben Sie beim Flirten kommuniziert, wie haben Sie für sich geworben? Beim Flirten geht es ja selten darum, auf die eigenen Bedürfnisse einzugehen, sondern die des Gegenübers zu erfüllen. So können Sie auch im Business kommunizieren. Ihr Gegenüber ist nicht standardisiert, sondern ein wertvolles Individuum. ■



Ilona Lindenau

ZUR PERSON

Ilona Lindenau – Botschafterin für motivierende Kommunikation

Ilona Lindenau weiß um die Bedeutung effizienter, souveräner, mit Leichtigkeit geführter Gespräche und Präsentationen. Mehr als 20 Jahre ist sie Botschafterin für motivierende Kommunikation. Seit 2010 Top 100 von Speakers Excellence, seit 2013 ist sie Coach in Kooperation mit dem Magazin Emotion. Sie arbeitet als Keynote Speaker, Trainer, Personality- und Business-Coach.

Die „Kundenflüsterin“ setzt auf Individualität und à la carte Lösungen, wo viele mit standardisierten Regelwerken herangehen. Sie entschnürt das steife Kommunikationskorsett, schafft Luft für mehr Persönlichkeit und lässt anspruchsvolle Kommunikationssituationen spielerisch leicht werden.

www.ilonalindenau.de

