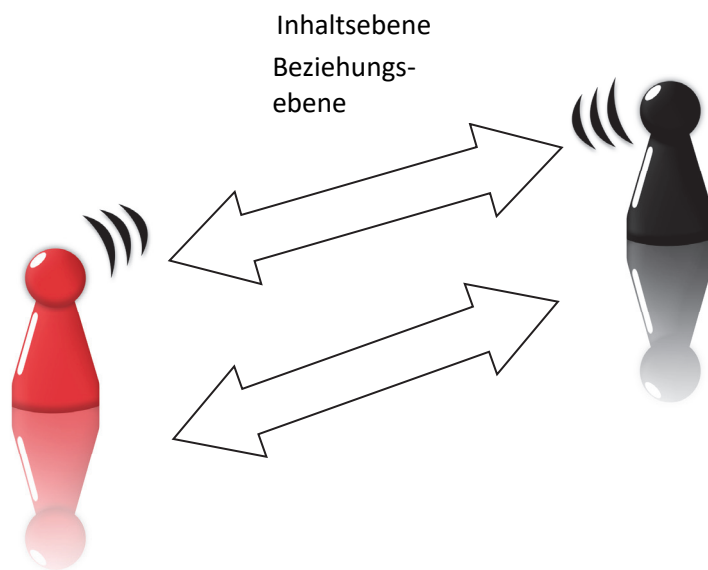


2.2 Die Basis: Kundenorientierte Kommunikation

2.1.1 Der Inhalts- und Beziehungsaspekt einer Nachricht

Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt derart, dass letzterer den ersteren bestimmt. (Paul Watzlawik, zweite pragmatische Axiom)



Inhaltsebene: Diese Ebene liefert Informationen. Hier werden die Worte selbst gesendet. Auf der Inhaltsebene informieren wir andere und empfangen Informationen.

Beziehungsebene: Hier erfolgt die Information über die Information. Dies drückt sich z. B. im Tonfall aus. Signale definieren die Beziehung zum anderen. Die Art und Weise, wie wir etwas sagen, ist ein wesentlicher Bestandteil des Kommunikationsprozesses. Ist die Beziehung positiv (oder neutral), können die Botschaften ungehindert zum anderen durchdringen. Fühlt sich aber mindestens einer der Gesprächspartner unwohl, wird die Beziehung selbst wichtiger als der Inhalt.

2.1.2 Der erste Eindruck: Ihre Stimme

Die Stimme ist das wichtigste Instrument am Telefon und zeigt Ihre Stimmung. Lächeln Sie am Telefon! Dieses Lächeln überträgt sich auf Ihre Stimme und hebt die eigene Stimmung.

Tempo

- Angenehmes Durchschnittstempo
- Zu schnell: erzeugt Misstrauen und führt zu Missverständnissen
- Zu langsam: klingt langweilig, signalisiert fehlendes Engagement
- Flüssig sprechen, ohne „Ähs“ und „Ahs“
- Sprechtempo dem Gesprächspartner anpassen

Lautstärke

- Normale Unterhaltungslautstärke, dem Gesprächspartner angepasst
- Klare und deutliche Artikulation, evtl. auch Dialekt
- Über die Muschel oder seitlich vorbei sprechen

Modulation

- Dynamische Sprechweise: Heben und Senken der Stimme
- Die Begrüßung nicht leiern
- Am Satzende die Stimme senken
- Bevor Sie zum Hörer greifen: einmal tief durchatmen
- Sprechen Sie mit kurzen Sätzen, verwenden Sie eine bildhafte Sprache

Pausen

- Erzeugen Spannung und Aufmerksamkeit
- Der Gesprächspartner kann das Gehörte verarbeiten
- Haben Aufforderungscharakter

Dialekt

- Dialekt ist ein Ausdruck Ihrer Persönlichkeit. Deshalb: Versuchen Sie nicht „gewaltsam“ hochdeutsch zu reden.

2.1.3 Rhetorische Sicherheit gewinnen

Sind Sie von dem, was Sie anbieten, überzeugt? (Falls nicht, nützt Ihnen das beste Verkaufstraining nichts!). Zeigen Sie dies und vermeiden Sie dabei folgende sprachliche „Unarten“:

- Konjunktiv (könnte, müsste, würde ...) – strahlt Unsicherheit aus, wirkt unterwürfig.
- „Äh“, „Ehm“ – wirkt unkonzentriert, gehemmt
- Monotone Stimmführung – zeigt Gleichgültigkeit

Von der „Ich“- zur „Sie“-Form:

Im Mittelpunkt steht der Kunde mit seinen Wünschen und Bedürfnissen, nicht Ihre eigene Ansicht.

So wandeln Sie die „Ich“-Form in die „Sie“-Form um:

Ich-Form	Sie-Form
„Ich gebe Ihnen ...“	„Sie erhalten ...“
„Ich zeige Ihnen ...“	„Sie sehen hier ...“

Formulieren Sie konkret

Mit ungeschickten Formulierungen verunsichern Sie den Kunden in seinen Entscheidungen. Die folgende Tabelle zeigt, wie Sie es besser machen können.

Falsch	Richtig
„Das wäre energiesparend.“	„Dadurch sparen Sie 10 % Ihrer Heizkosten.“
„Das hätte den Vorteil ...“	„Der Vorteil besteht für Sie darin, dass ...“
„Dadurch würden Sie ... gewinnen.“	„Sie gewinnen damit ...“
„Ich möchte Ihnen Folgendes vorschlagen ...“	„Ich schlage Ihnen vor, dass ...“



Praxistipp

Führen Sie keine Monologe. Der Kunde steht im Vordergrund. Deshalb: Der eigene Redeanteil sollte nur ca. 30 % betragen. Ihr Gesprächspartner langweilt sich sonst und wird vielleicht zornig, da Sie ihm seine wertvolle Zeit stehlen. Außerdem erfahren Sie so niemals seine Wünsche und Bedürfnisse.

3. Psychologische Faktoren im Kundenservice kennen

Zauberwörter

Worte besitzen Magie – auch im Geschäftsleben! Deshalb ist oft entscheidend, welche Wörter oder Formulierungen Sie wählen und damit Streicheleinheiten verteilen oder Störungen auf der Beziehungsebene erzeugen.

Mit folgenden Zauberwörtern erzeugen Sie eine positive Stimmung:

- „wunderbar“
- „gerne“
- „schön“
- „prima“
- „Mach ich gern für Sie!
- „Da finden wir eine Lösung für Sie.“
- „Gut, dass Sie sich gleich gemeldet haben.“

„Verbotene“ Wörter: Weichmacher

Verwenden Sie diese Wörter, hat Ihr Gegenüber den Eindruck, dass Sie sich Ihrer Sache nicht sicher sind. Der Sender wirkt unglaubwürdig. Hier einige Beispiele:

- Konjunktive (könnte, würde ...)
- „eventuell“
- „vielleicht“
- „manchmal“
- „im Allgemeinen“
- „möglicherweise“
- „in der Regel“

Reizwörter und negative Formulierungen

Diese Formulierungen gilt es zu vermeiden. Oft werden Sie – wenn auch unbewusst – als Angriff gedeutet:

- „müssen“
- „Da haben wir ein Problem.“
- „kein Problem“
- „teuer“
- „billig“
- „Da haben Sie mich falsch verstanden.“
- „Das sehen Sie völlig falsch.“
- „Wie ich schon sagte ...“



Übung

Welche gesprächsfördernden Formulierungen gibt es zu folgenden Wörtern oder Aussagen?

Gesprächshemmende Formulierung	Gesprächsfördernde Formulierung
Müssen	
(Ja,) aber	
Problem	
Teuer	
Billig	
„Dafür bin ich nicht zuständig.“	
„Da kann doch ich nichts dafür!“	
„Geben Sie mir erst einmal Ihre Kundennummer!“	
„Ich habe die Unterlagen nicht vorliegen.“	
„Frau Schneider ist nicht da.“	
„Das geht nicht.“	
„Da haben Sie mich missverstanden!“	
„Darüber weiß ich nicht Bescheid.“	