

# Service-Qualität am Telefon entscheidet

von Rainer Fornahl

## Bedeutung der Telefonie

Aufgrund gestiegener Konten und Zeitdruck, beschränkt sich der Außendienstbesuch immer mehr auf A- und B-Kunden. Der Betreuung von kleineren Kunden per Telefon kommt somit eine immer größere Bedeutung zu. In Zeiten eines starken Wettbewerbs wird der verkäuferische- sowie der kommunikative Ansatz immer wichtiger. Entscheidend ist nicht mehr, wie gut ein Unternehmen Dienstleistungen anbietet, sondern wie diese Informationen beim Kunden ankommen, beziehungsweise, wie zufrieden er damit ist. Gerade am Telefon wird die Servicequalität der Kommunikation immer bedeutsamer, da es der kürzeste Weg vom Unternehmen zum Kunden ist. Zugleich wird dadurch das Image des Unternehmens in Zukunft immer stärker geprägt:

Kommunikation per Telefon ist also die einfachste Form, um Sympathiewerte des Unternehmens zu vermitteln und den Kunden auf eine positive Geschäftsbeziehung einzustimmen. Speziell bei Service und Kundendienst greift der Kunde immer schneller zum Telefon. Das Telefon ist damit zum stärksten Medium im persönlichen Kundendialog geworden. So gesehen kommt dem Telefon heute wie in Zukunft eine bedeutende Rolle zu: eine schlechte Servicekultur am Telefon hat einen starken Einfluss auf den Auftritt eines Unternehmens und kann im schlimmsten Falle auch einen Lieferantenwechsel oder Auftragsentzug zur Folge haben.

## Besonderheiten der Telefonie

Zwei Faktoren sind für den Kunden besonders wichtig:

1. Qualität der Kontakte:  
(Schnelle Erreichbarkeit, kompetente Auskunft, schneller Rückruf, aktive Anrufangebote)
2. Qualität der Kommunikation:  
(Art und Weise des telefonischen Kundenumgangs, kundenspezifische Ansprache, kundenorientierte Gesprächsführung)

Von einer unzureichenden Servicequalität schließt der Kunde auf die Leistungsfähigkeit des Unternehmens zurück. „Wer schlecht mit einem Kunden kommuniziert, der bietet auch einen schlechten Service und kann damit auch kein gutes Produkt haben“, ist die langläufige Meinung der Kunden.

## Service-Erwartungen am Telefon

Untersuchungen haben ergeben:

88% halten das Verhalten der Mitarbeiter am Telefon für sehr wichtig

85% erwarten eine hohe Motivation der Mitarbeiter am Telefon

80% verknüpfen den Telefonservice mit dem Image des Unternehmens

78% leiten aus dem Telefonverhalten ihre Gesamtzufriedenheit ab

55% drohen bei schlechten Telefonservice mit Anbieterwechsel oder Auftragsentzug

Kunden wollen heute schnell bedient, umfassend beraten und zuverlässig betreut werden. Daraus ergeben sich folgende Anforderungen:

1. Das Unternehmen ist direkt erreichbar.
2. Der Anrufer wird sofort und richtig verbunden.
3. Der Gesprächspartner ist zuständig und kompetent.
4. Das Anliegen des Anrufers wird verstanden, auf- und ernst genommen.
5. Der Gesprächspartner informiert über Möglichkeiten und nächste Schritte.
6. Der Anrufer erhält unverzüglich eine aussagekräftige Antwort oder wird zuverlässig zurückgerufen.

### Servicequalität am Telefon

Servicequalität am Telefon ist ein Mittel, um bei Kunden und Interessenten Sympathiewerte für das Unternehmen zu gewinnen und zu erhöhen. Dazu bietet es die Möglichkeit, einfach, kostengünstig und – vor allen Dingen glaubwürdig – im Beweis für Kundennähe aufzutreten.

Wenn die Mitarbeiter eines Unternehmens den Anruf eines Kunden oder Interessenten nicht als Chance begreifen, die Servicebereitschaft und die Servicekompetenz des eigenen Unternehmens zu beweisen, dann verspielen sie leichtfertig einen Bonus. So wird das Telefonat zu einem „Augenblick der Wahrheit“ und zwar sowohl aus der Sicht des Anrufers als auch aus der Sicht des Telefonpartners. Jeder Telefonkontakt repräsentiert das Unternehmen und prägt das Image beim Kunden: eine gute sachliche und emotionale Kommunikation am Telefon wirkt positiv auf die Servicequalität und beein-

flusst dadurch die Kundenzufriedenheit. Ein Unternehmen, welches den „Augenblick der Wahrheit“ nicht beherrscht, verliert Interessenten und Kunden, Umsatz und Gewinn. Wichtig sind dementsprechend für serviceorientierte Kommunikation am Telefon drei Bereiche:

1. Gesprächsinhalte: Themen, Lösungen, Angebote, Veranlassungen
2. Gesprächsatmosphäre: Freundlichkeit der Ansprache, Aufmerksamkeit, Verständnis, Einfühlungsvermögen
3. Gesprächsführung: Zuhören, Fragen, Wiederholen, Zusammenfassen

Entscheidend ist also, dass der Anrufer nicht nur die Informationen erhält, die er wünscht, sondern dass die Kommunikation des Gesprächspartners sich auf die Bedürfnisse des Kunden einstellt und letztendlich das Gespräch im Ergebnis für beide Seiten in der Erreichung eines konkreten Zieles endet. Es reicht längst nicht mehr die Erreichbarkeit, sondern gemessen wird stets auch die gesamte Kompetenz des Mitarbeiters!

### Kundenzufriedenheit am Telefon

Der moderne Kunde zeichnet sich durch eine hohe Anspruchsorientierung aus. Kunden sind heute in zunehmendem Maße kritischer und weisen weniger Bindungsbereitschaft auf. Was Service und die erforderliche Servicequalität ist, definiert, entscheidet und empfindet letztendlich der Kunde. Er bewertet die Serviceleistung des Unternehmens im Vergleich zu dem, was er erwartet und was ihm andere Unternehmen bieten.

Entscheidend ist jeder einzelne Eindruck, der Kontakt mit der Telefonzentrale, der Fachabteilung oder aber auch mit der Buchhaltung. Sind die Eindrücke positiv, führen sie langfristig zu einer höheren Kundenzufriedenheit und Kundenloyalität.



**Rainer Fornahl**

Ausbildung: Lehrer, Diplom-Pädagoge, zwei Jahre Verkaufserfahrung im Finanzdienstleistungsbereich, fünf Jahre angestellter Unternehmensberater eines Trainingsinstituts, Trainingstätigkeit seit 1986 im Bereich Verkaufstraining, 1991 Gründung der Firma Pro Coach, seitdem in der Organisation und Durchführung von Trainings in allen Wirtschaftsberufen tätig, insbesondere im Handel.