

## Telefon-Standards im Unternehmen einführen

### **Kundenorientierung soll verbindlich sein**

Heute müssen Unternehmen bei Kontakten zu Kunden und Interessenten ihre Professionalität gerade mit dem Medium Telefon immer mehr unter Beweis stellen. Der Kunde erkennt bereits beim ersten Anruf die Qualität der Dienstleistungsbereitschaft. Es ist nicht mehr zu verantworten, dass ein Kunde nur „zufällig“ auf einen motivierten und leistungsbereiten Mitarbeiter trifft.

Wie kann man mit Sicherheit gewährleisten, dass alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt den gleichen „guten“ Service, die gleichen kundenorientierten Standards vermitteln, ohne stereotype Redewendungen zu verwenden?

Es gehört zu den Prinzipien der Kundenorientierung, ein einheitliches Maß an Dienstleistungsbereitschaft und Professionalität dauerhaft im Unternehmen zu implementieren. Dafür gibt es mehrere Ansätze. Einer davon ist die Erstellung von verbindlichen Telefonstandards für alle telefonierenden Mitarbeiter. Zwei unterschiedliche Vorgehensweisen sind dabei möglich.

### **Wenig taugliche Hochglanzprospekte**

Man lässt von einer teuren Werbeagentur Hochglanzprospekte drucken, auf denen die Regeln des „guten Tons“ griffig formuliert sind. Viele Mitarbeiter sagen dazu: „Da hat sich die Weiterbildungsabteilung / der Chef wieder was Schönes einfallen lassen...“. Solche und ähnliche Bemerkungen sorgen dafür, dass inhaltlich gar nicht darüber diskutiert wird, ob die Regeln die richtigen sind.

Hinzu kommt, dass von außen erstellte Regeln häufig stark interpretationsfähig sind. „Wir sind freundlich und zuvorkommend zu allen Kunden“, unterschreibt jeder Mitarbeiter. Aber was genau heißt das?

### **Telefon-Standards von Mitarbeitern erstellt**

Wenn die Mitarbeiter hinter den Regeln stehen sollen und auch wissen sollen, was

diese in Bezug auf ihr tatsächliches Telefonverhalten bedeuten, dann ist es empfehlenswert, die Mitarbeiter an deren Erstellung zu beteiligen.

Die Standards können im Rahmen eines Telefontrainings als Zusammenfassung der Trainingsinhalte erarbeitet werden. So werden die Formulierungen selbst gefunden und sind dadurch inhaltlich klar. In der Regel sind die Mitarbeiter eher von den Lösungen zu überzeugen, die sie selber gefunden haben.

Zunächst wird im Training durch Vermittlung und Einüben von kundenorientiertem Verhalten ein identischer Background erzeugt und Einsichten in professionelles Telefonverhalten gelegt. Dadurch sind die Mitarbeiter in der Lage, die Standards mit dem gewünschten Verhalten in Einklang zu bringen.

### **Telefon-Standards als Ergebnis eines Weiterbildungsprozesses**

Der Trainer teilt dazu die Trainingsteilnehmer in Kleingruppen ein, und bespricht, wie viele und welche Standards sinnvoll sind (Beispiel siehe Kasten unten).



Danach erarbeiten die Teilnehmer themenspezifische Formulierungen und erläutern, in welchem Sinne diese zu verstehen sind. Günstig ist zusätzlich die Formulierung eines positiven Beispiels als zusätzlicher Verstärker. Im Plenum werden anschließend die einzelnen Formulierungen besprochen, im

Hinblick auf Klarheit, Nachprüfbarkeit und positive Diktion.

Nach dem o.k. der Geschäftsführung, bzw. des entsprechenden Abteilungsleiters empfiehlt sich, je nach Organisationsform, die Einschaltung der Marketingabteilung, damit auch die Grundsätze der Außendarstellung berücksichtigt sind. Allerdings ist zu beachten, dass die Teilnehmer die ursprüngliche Fassung ihrer Sätze noch nachvollziehen können. Jetzt können die Telefon-Standards eingeführt und von jedem Mitarbeiter verbindlich eingefordert werden. Dazu sollte jeder der beteiligten Mitarbeiter diese Regeln „feierlich“ und in einem positiven Rahmen unterschreiben. Kommen neue Kollegen hinzu, können diese von jedem in das Regelwerk eingeführt werden, weil die Mitarbeiter hinter „ihren“ Regeln stehen und über genügend Erklärungsmöglichkeiten verfügen, um diese transparent machen zu können.

### **Der Vorteil fürs Unternehmen**

Der organisatorische Aufwand zur Einführung von Telefon-Standards ist zwar größer, wenn alle Mitarbeiter daran beteiligt werden, aber der Aufwand lohnt.

Denn jede Unterhaltung mit Mitarbeitern über Telefonkultur gewinnt an Substanz, wird verbindlicher und das Verhalten am Telefon lässt sich konkret überprüfen.

Die Standards genießen eine hohe Akzeptanz und sorgen für Offenheit und Klarheit in der betrieblichen Kommunikation.

Vorteilhaft für die Mitarbeiter ist die Möglichkeit, das Telefonverhalten selbst überprüfen zu können. Sie erkennen, ob sie sich in einer bestimmten Situation entsprechend den Standards verhalten haben.

Die Kunden werden diese Aspekte spüren!

#### **Ein Beispiel für Telefon-Standards:**

1. Wir melden uns spätestens nach dem dritten Klingeln: „Guten Tag / Firma / Vor- Nachname“.
2. Wir sind offen, aufnahmebereit und schreibbereit für jeden Anrufer. Wichtiges notieren wir sofort mit.
3. Wir sprechen unsere Kunden mit Namen an.
4. Wir verbinden unsere Kunden höchstens einmal weiter und geben Kollegen Hintergrundinfos des Kunden.
5. Anliegen unserer Kunden werden schnell und zuverlässig erledigt.
6. Wir geben und erfragen Durchwahlen für eine schnellere Verbindung.
7. Bei starken Emotionen sorgen wir für Verständnis gegenüber unserem Kunden.
8. Bei Reklamationen sorgen wir für eine schnelle, zuvorkommende und großzügige Regelung.
9. Können wir bestimmte Dinge nicht für unseren Kunden tun, begründen wir dies positiv und zeigen ihm eine machbare Alternative auf.
10. Alle Vereinbarungen werden mit Einverständnis unseres Kunden getätigt.
11. Wir verabschieden unseren Kunden mit einem „Blumenstrauß“ aus Worten.