

Umsetzungstipp für Ihre Serviceorientierung

Externe Serviceorientierung: So führen Ihre Mitarbeiter Servicegespräche, die den Kunden begeistern

In Klaus Stevens Umsetzungstipp zum Aufbau einer Servicekultur in Ihrer Abteilung geht es dieses Mal darum, wie Ihre Mitarbeiter kundenorientierte Servicegespräche führen.

Erfahrungsgemäß gibt es drei Baustellen, die dazu führen können, dass ein Servicegespräch Ihres Mitarbeiters nicht das gewünschte Ergebnis aufweist:

- Baustelle 1: Der Servicemitarbeiter erfüllt auf der fachlich-geschäftlichen Ebene nicht die Erwartungen des Kunden.
- Baustelle 2: Es hapert auf der menschlichen Ebene: Der Kunde fühlt sich etwa nicht ernst genommen oder als Persönlichkeit nicht wert geschätzt.
- Baustelle 3: Es kommt auf der »versteckten Ebene« zu einem »Unfall«: Die Absprache zwischen Servicemitarbeiter und Innendienst funktioniert nicht – der Kunde ist der Leidtragende. Er kann den Fehler nicht zuordnen – darum ist von der »versteckten Ebene« die Rede. Umso verärgerter ist er.

»Sie sind für mich der wichtigste Mensch auf der Welt!«

Verdeutlichen Sie Ihren Mitarbeitern, dass sie in allen vier Phasen des Servicegesprächs die Möglichkeit haben, den Kunden auf der fachlich-geschäftlichen, der menschlichen und der »versteckten« Ebene zu begeistern. Dies beginnt bereits beim Gesprächsbeginn – hier werden die Grundlagen für den Verlauf des Kundenkontakts gelegt. Der Kunde fühlt sich wertgeschätzt, wenn Ihr Mitarbeiter ihm aktiv zeigt, dass es für ihn zurzeit und hier und heute keinen wichtigeren Menschen

gibt als eben diesen Kunden. Darum widmet er ihm seine ungeteilte Aufmerksamkeit, spricht ihn mit seinem Namen an und legt ein »Lächeln in die Stimme«. Natürlich müssen Sie diesen Tipp mit konkreten Inhalten füllen: Entwickeln Sie im Teammeeting kundentyporientierte Strategien für den wertschätzenden Gesprächeinstieg.

Verständlich kommunizieren und Fachjargon vermeiden

Die Phasen 2 und 3 bestehen in der Informationseinholung und -vermittlung. In Phase 2 sind Techniken wie »aktives Zuhören«, »Fragen stellen« und »Verständnis zeigen« bedeutsam – diese Techniken werden Ihre Mitarbeiter wahrscheinlich beherrschen. Anders sieht es zuweilen bei der Informationsvermittlung aus: Denn Servicemitarbeitern unterläuft immer noch der Fehler, bei Erläuterungen in den Jargon des Fachmanns zu verfallen. Dies geschieht ohne böse Absicht – aber der Kunde fühlt sich im schlimmsten Fall nicht ernst genommen und »von oben herab« behandelt: »Kann der nicht so reden, dass ich verstehe, warum die Maschine nicht funktioniert?«

- Wichtig ist, dass Ihre Mitarbeiter,
- auch Sach- und Fachinformationen in einer verständlichen Sprache kommunizieren,
 - den Kunden ermutigen, Fragen zu stellen,
 - sicher stellen, dass dieser alles versteht und nachvollziehen kann, was der Mitarbeiter an Problemlösungen vorschlägt, und
 - Informationen, die für den Kunden nicht wichtig sind, gar nicht erst thematisieren – der Kunde darf nicht »tot geredet« werden.



Der Autor

Klaus Steven ist Senior Consultant und Managing Director der Achieve-Global Deutschland GmbH. Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind Performance Improvement, Führungskräfteentwicklung und messbare Trainingsergebnisse.

Kontakt:

Tel.: 0211/55777-00,

Mail:

klaus.steven@achieveglobe.de,

Internet: www.achieveglobe.de

Gespräch beenden: Verbleiben Sie konkret

Spätestens in der letzten Phase entscheidet sich der Moment der Wahrheit: Hinterlässt das Servicegespräch beim Kunden einen positiven, ja, begeisternden Eindruck? Ihr Mitarbeiter fasst das Gespräch zusammen und vereinbart die nächsten Serviceschritte so konkret wie möglich. Dann sorgt er dafür, dass diese Schritte umgesetzt werden. Andere Beteiligte, etwa im Innendienst, müssen die entsprechenden Informationen erhalten, damit es auf der erwähnten »versteckten Ebene« keine Kollisionen gibt und der Kunde weiterhin exzellent betreut wird.

Ausblick: In der nächsten Ausgabe beschreibt Klaus Steven, wie Ihre Servicemitarbeiter Verkaufschancen im Servicegespräch nutzen.