



Erfolgreich kommunizieren

Auftrittskompetenz und Kommunikation

imagenow
business image coaching

Inhaltsverzeichnis

- 3** Jedes einzelne Wort zählt!
- 4** Der erste Eindruck
- 5** Gruss - Begrüssung - Vorstellen
- 6** Anrede - Duzen - Siezen - Titel
- 7** Telefon
- 12** Mobiltelefon
- 13** E-Mail
- 15** Small Talk
- 16** Kommunikation mit Internen
- 17** Sitzungen und Besprechungen
- 18** Die Kundentypen
- 20** Reklamationen
- 22** Checkliste: Face-to-Face Kontakt
- 23** Checkliste: Besucherempfang und Sitzungen
- 24** Checkliste: Telefonieren
- 25** Notizen

focusMEM.ch

BERUFSBILDUNG SCHWEIZ
FORMATION PROFESSIONNELLE SUISSE
FORMAZIONE PROFESSIONALE SVIZZERA

Verband

focusMEM.ch Nordwestschweiz, Berufsbildung Schweiz

Workshop

«Bring your own device» Seminar/Workshop Imagenow GmbH
Basel, 28. November 2019

Jedes einzelne Wort zählt!

Liebe Leserin, lieber Leser

Umfassende Fachkenntnisse sind für den Erfolg im Beruf unerlässlich. Mindestens ebenso grosses Gewicht geniessen gutes Benehmen sowie ein respektvolles und höfliches Miteinander gegenüber externen sowie internen Kunden. Der persönliche Auftritt, der Einsatz passender Umgangsformen sowie die Art und Weise, wie wir kommunizieren sind dabei mitentscheidend für den Erfolg oder Misserfolg im Geschäftsalltag.

Gerade in Zeiten, in denen der Kunde unter mehreren Anbietern wählen kann, macht ein respektvolles Auftreten den kleinen, aber entscheidenden Unterschied aus. Also tut man gut daran, auf gepflegte Umgangsformen zu achten und die Kommunikation als wichtiges Instrument im Kundenkontakt richtig einzusetzen.

Perfektionieren Sie Ihren kompletten Auftritt bei externen Kunden sowie im eigenen Unternehmen. Von der freundlichen Begrüssung, den höflichen Umgangsformen, der sachlichen Information sowie einer verständlichen Kommunikation.

Der Kunde freut sich, wenn Sie ihn speditiv bedienen. Es kommt beim Kunden gut an, wenn Sie ihn in die Abläufe mit einbinden und er sich auf Abmachungen verlassen kann.

Ihre Kolleginnen und Kollegen freuen sich über eine gute Information in Bezug auf den Auftrag, damit sie sich voll auf ihren Einsatz konzentrieren können.

Und der Kunde erlebt Sie alle engagiert, als Team und mit Begeisterung bei der Sache.

Viel Spass beim Lesen und viel Erfolg in der Umsetzung wünscht Ihnen,

Monika Seeger

Dipl. Imageberaterin

Geschäftsführerin Imagenow GmbH

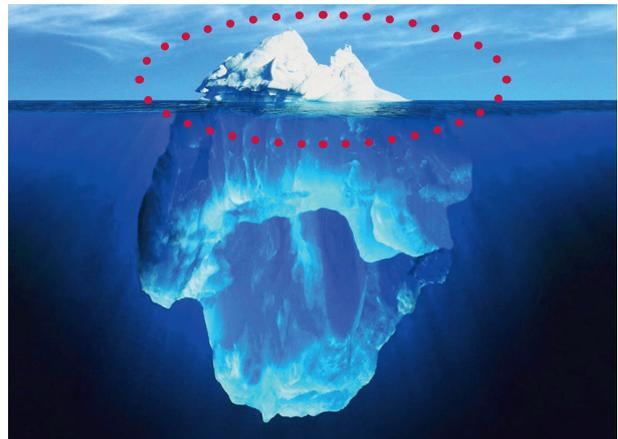


Der erste Eindruck

Die persönliche Wirkung gezielt einsetzen.

Nach wie vor ist es der erste Eindruck, der zählt und der sich im Nachhinein kaum revidieren lässt. Innert Sekunden schätzen wir einen Menschen bei der ersten Begegnung, beim ersten Telefongespräch oder beim Lesen der erhaltenen E-Mail ein und kategorisieren diesen aufgrund seines Erscheinungsbildung und Aussenwirkung.

Der erste Eindruck entscheidet über Sympathie oder Antipathie, über Erfolg oder Misserfolg.



Wie steht es mit dem persönlichen Image?

- › Wer bin ich?
- › Wen repräsentiere ich?
- › Mit wem kommuniziere ich?
- › Welches Bild haben Kunden und andere Menschen von mir?
- › Wie möchte ich wahrgenommen werden?
- › Wie übertrage ich mein Selbstbild?
- › Wie transportiere ich die Imageziele des Unternehmens?

Kleidung, Körpersprache, Stimme, Sprechweise und Umgangsformen zählen zu unserem Erscheinungsbild. Dies nicht nur im direkten Kontakt mit anderen Menschen, sondern auch am Telefon und wenn wir schriftlich kommunizieren. Diese wichtigen Faktoren helfen uns, unsere Persönlichkeit zu unterstreichen sowie Vertrauen und Kompetenz zu vermitteln. Wer diese korrekt umzusetzen weiss, wirkt selbstbewusst und hat es einfacher im Umgang mit seinen Mitmenschen.

Die Wirkung auf andere Menschen beruht im Face-to-Face Kontakt auf:

- › ca. 55 % nonverbale Signale
- › ca. 38 % Stimme
- › ca. 7 % Sprechinhalt

Die Wirkung auf andere Menschen beruht im telefonischen Kontakt auf:

- › 1. Stimme
- › 2. Sprechinhalt
- › 3. nonverbale Signale

Die Wirkung auf andere Menschen beruht im schriftlichen Kontakt auf:

- › 1. Darstellung und Rechtschreibung
- › 2. Inhalt
- › 3. Kommunikationsweise und Wortwahl

Gruss - Begrüssung – Vorstellen

Sprechen Sie Ihren Kunden korrekt an.

Mit einer korrekten Anrede und Begrüssung können Sie den Grundstein für eine gute Kundenbeziehung legen. Nehmen Sie sich für das Begrüssungsritual Zeit, zeigen Sie Präsenz und Aufmerksamkeit Ihrem Gesprächspartner gegenüber.

Gruss

Grüssen im Vorbeigehen oder wenn Sie einen Raum betreten:

- › Es grüsst derjenige als Erster, der den Anderen zuerst erkennt.
- › Kennt man die Person, so begrüsst man diese mit dem Namen.
- › Wenn Sie einen Raum betreten, grüssen Sie als Erstes die anwesenden Personen im Raum.

Begrüssen mit Handschlag

Hierarchien im Geschäftsalltag:

- › Begrüssen Sie die ranghöhere Person zuerst;
- › Vorgesetzte vor Mitarbeitern;
- › Bekannte vor Unbekannten;
- › Besucher, Gäste vor Kollegen.

Hierarchien im Privatleben

- › Begrüssen Sie die ältere Person vor der jüngeren Person; eine Frau vor einem Mann.

Situationen, wo ein Händedruck nicht angebracht ist, dafür ein freundliches Kopfnicken

- › Bei verspätetem Eintreffen an einem Meeting, wenn die Teilnehmer schon sitzen.
- › Bei unerwarteter Begegnung mit einer ranghöheren Person in Begleitung, z.B. in einem Restaurant. Nur mit den Augen grüssen und erst bei eindeutigem Signal an den Tisch gehen.



Wichtig zu wissen:

- › Am Tisch sitzende Personen immer von der rechten Seite begrüßen, im Uhrzeigersinn.
- › Eine Hand in der Hosentasche während der Begrüssung ist unhöflich.
- › Man steht immer auf bei der Begrüssung. Diese Regel gilt für Damen und Herren.
- › Die höfliche Distanz einhalten, 0.6-1.2 m.

Vorstellen und bekannt machen

Hierarchien und Rangfolgen im Geschäftsleben:

- › Der Höhergestellte erfährt jeweils zuerst, wer der Andere ist.
- › Der Mitarbeiter wird dem Chef vorgestellt.
- › Ein Firmenmitglied (unabhängig vom Rang) dem Kunden/Geschäftspartner.
- › Die Kollegen dem Gast/Aussenstehenden.
- › Der Rangniedrigere dem Ranghöheren – unabhängig von Geschlecht und Alter.
- › Gleichgestellte in beliebiger Reihenfolge, bzw. der Mann wird der Frau vorgestellt.

Hierarchien und Rangfolgen im Privatleben:

- › Ein Mann wird einer Frau vorgestellt.
- › Eine jüngere Person der wesentlich älteren Person.
- › Ein Familienmitglied einem Aussenstehenden.
- › Der Einheimische dem Besucher aus dem Ausland.

Anrede – Duzen – Siezen – Titel

Sprechen Sie Ihren Kunden korrekt an.

In gewissen Branchen, wie auch Regionen ist es schon fast üblich geworden, dass man sich untereinander per Du begegnet. Trotzdem sollte man beim Kundenkontakt Höflichkeit bewahren und die Regeln über das Duzen und Siezen kennen. Als Dienstleister duzt man den Kunden nicht. Es sei denn, der Kunde bietet Ihnen das Du an. Seien Sie sich bewusst, jemanden zu duzen bedeutet, dass man sich für diesen Menschen einsetzt, ihn respektiert und anerkennt.



Duzen und Siezen

- › Der Kunde bietet dem Dienstleister, das Du an.
- › Der Ranghöhere dem Rangniedrigeren, beispielsweise der Vorgesetzte dem Mitarbeiter.
- › Das «Du» anzubieten soll gut überlegt sein. Jemanden zu duzen bedeutet, dass man sich für diesen Menschen einsetzt, ihn respektiert und anerkennt.
- › Ein Duzantrag darf abgelehnt und/oder rückgängig gemacht werden. Sind Sie sich dabei der Konsequenz bewusst.
- › In Firmen wird das Duzen unterschiedlich gehandhabt und hängt von Branche, Firmenkultur, Beruf und Position ab.
- › Heute spielt im Geschäftsalltag das Geschlecht keine Rolle mehr. Ausschlaggebend sind nur noch Rang und Alter.
- › In Anwesenheit einer Drittperson sollte man z.B. den Lehrling Lukas Müller nicht mit Lukas ansprechen und vorstellen, sondern von Herr Müller sprechen, sofern die Drittperson mit Lukas Müller per Sie ist.
- › In der Erwachsenenwelt und vor allem in der Geschäftswelt gilt, alle Menschen zu siezen, die nicht zum Familien- oder Freundeskreis gehören.

Titel

- › Akademische Titel dürfen nur weggelassen werden, wenn der Betreffende, der Kunde dies so wünscht.
- › Der Professorentitel beinhaltet meistens den Dokortitel, somit muss dieser nicht zusätzlich bei der persönlichen Anrede erwähnt werden. «Guten Tag Herr Professor Meier.»
- › Hingegen im schriftlichen Verkehr mit Brief und E-Mail sind bei der Anschrift alle Titel zu nennen. «Sehr geehrter Herr Professor Dr. Meier.» Den Titel abzukürzen, ist beim Dokortitel Pflicht. Der Professorentitel wird dagegen nicht abgekürzt.
- › «Guten Tag Herr Doktor» ohne Namensnennung wird nur für einen Arzt verwendet.
- › Die oder der Ehepartner/in ohne akademische Ausbildung wird nicht mit dem Titel angesprochen.

Telefon

Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck. Dieser Grundsatz gilt auch für den Kundenkontakt am Telefon.

Trotz unseres fortgeschrittenen digitalen Zeitalters laufen viele Kunden- und Geschäftskontakte nach wie vor über das Telefon. Im Hinterkopf sollten Sie dabei immer haben, dass sich Ihr Gesprächspartner in nur wenigen Sekunden ein Bild von Ihnen und Ihrem Unternehmen macht. Die Kunst des Telefonierens klingt für manche vielleicht banal, aber um ein gutes und effizientes Gespräch am Telefon zu führen, gilt es, einige Grundregeln zu beachten.

Voraussetzung für eine erfolgreiche Kommunikation am Telefon:

- › Ihr Telefon funktioniert.
- › Der Computer und Zugriff auf das Firmennetzwerk funktionieren.
- › Sie arbeiten in einer lärmfreien Umgebung.
- › Sie haben eine positive Stimmung.
- › Sind ehrlich und freundlich.
- › Wissen, dass man das Lächeln am Telefon hören kann.
- › Die Firma stellt Ihnen alle notwendigen Informationen zur Verfügung und Sie fühlen sich gut informiert.
- › Die Kommunikation innerhalb der Firma und im Team funktioniert und Sie helfen sich gegenseitig.
- › Ihr Vorgesetzter motiviert Sie durch persönliche Ansprache und anerkennt Ihre guten Leistungen.
- › Sie arbeiten ständig an Ihrer Rhetorik, weil Sie wissen, dass Ihnen am Telefon nur die Stimme als Kommunikationsmittel bleibt.
- › Sie setzen sich mit Techniken auseinander um Ihre Argumentationen am Telefon zu verbessern.



Telefonieren mit Externen

- › Den Anruf nach dem zweiten oder dritten Klingeln entgegennehmen.
- › Freundliche Begrüßung, richtig und deutlich vorstellen mit Firma, Vorname und Nachname,
- › bei interner Verbindung evt. Abteilung nennen.
- › Auf Sprechweise achten: Deutlich sprechen, auf Tempo und Lautstärke achten, Pausen einlegen, lächeln beim Sprechen.
- › Name, Vorname und Firma des Anrufenden notieren; wenn Sie den Namen nicht verstanden haben, diesen bitten, den Namen zu wiederholen oder zu buchstabieren – aufschreiben.
- › Dem Gesprächspartner Aufmerksamkeit und Interesse zeigen.
- › Auskunft geben, behilflich sein, evtl. weiter verbinden, dabei den Anrufer nie zu lange warten lassen.
- › Während dem Gespräch den Anrufenden beim Namen ansprechen - das ehrt.
- › Am Schluss bedanken und freundlich verabschieden.

Telefonieren mit Internen

Auch hier gilt dieselbe Höflichkeit, wie beim Gespräch mit Externen:

- › Klingelt das Telefon beim Arbeitskollegen, der nicht am Platz ist, so ist es respektvoll und höflich, wenn man das Gespräch entgegennimmt und stellvertretend dem Anrufer weiterhilft.

Telefon

Die korrekte Begrüssung und Anrede am Telefon.

Begrüssungsempfehlung, wenn Sie das Telefon entgegennehmen:

- › «Muster AG, Anna Muster, guten Tag.»
- › Wichtig! Dazwischen Sprechpausen machen

Begrüssungsempfehlung, wenn Sie das Telefon tätigen, hinaustelefonieren:

- › «Anna Muster, Muster AG, guten Tag.»
- › Wichtig! Dazwischen Sprechpausen machen.

Drei Mal den Namen des Gesprächspartners nennen, das ehrt!

- › Bei der Begrüssung.
- › Während dem Gespräch.
- › Bei der Verabschiedung.

Erreichbarkeit

Zu einer der wichtigsten Grundregeln gehört, dass Sie immer telefonisch erreichbar sind. Wer telefonisch nicht erreichbar ist oder das Telefon nicht selbst entgegennehmen kann, sollte dafür Sorge tragen, dass eine Stellvertretung oder die Zentrale den Anruf entgegennimmt. Denn einen Kunden lässt man nicht unnötig warten.

Telefon-Weiterleitung bei Abwesenheit im Alltag und Ferienabwesenheit

Wenn Sie nicht am Platz oder ganz abwesend sind, muss Ihr Telefon immer auf die Stellvertretung oder Zentrale umgeleitet sein.



Telefonzentrale oder Empfang

- › Mitarbeitende, die die Telefonzentrale oder den Empfang bedienen, sind die Visitenkarte des Unternehmens. Sie sind die erste Kontaktperson des Kunden oder Anrufenden und vermitteln somit den ersten Eindruck des Unternehmens.
- › Zugleich ist die Zentrale eine wichtige Drehscheibe im Unternehmen und die Vermittlerin zwischen Anrufenden und internen Kontaktpersonen.
- › Eine freundliche Begrüssung, die schnelle Ermittlung des Anliegen des Kunden oder Anrufenden sowie eine hilfsbereitschaftliche Weiterleitung oder Verbindung sind deshalb für das Image des Unternehmens enorm wichtig.
- › Ebenso wichtig ist die korrekte und vollständige schriftliche Aufnahme aller erforderlichen Daten, damit die internen Stellen das Kundenanliegen möglichst effizient behandeln können.

Telefon

Begrüßen und vorstellen mit Vornamen und Nachnamen.

Hier ein paar gute Gründe, die Sinn machen, warum Sie sich am Telefon mit Vornamen und Nachnamen vorstellen oder melden sollten.

- › Sich zu Beginn einer Begegnung mit Vornamen und Nachnamen vorzustellen ist sehr höflich und freundlich, wirkt sympathisch und hat auch mit Wertschätzung seinem Gegenüber zu tun.
- › Zudem ist diese Begrüßungsform zeitgemäss und wird in der Kommunikation und im Kundenkontakt angewendet.
- › Zu Beginn eines Telefonats, werden aus akustischen Gründen oder der Aufmerksamkeit wegen, oft die ersten Worte nicht richtig verstanden. Deshalb ist es sinnvoll den Vornamen und Nachnamen zu nennen. Vergleich: «Muster AG, Anna Muster, guten Tag» ohne «Muster AG, Muster, guten Tag», was klingt verständlicher?
- › Mann oder Frau? Wenn aufgrund der Stimme, nicht klar ist, ob es sich um einen Mann oder eine Frau handelt. In diesem Fall ist es nützlich, wenn die Person sich mit Vorname und Nachname meldet.
- › Mehrere Personen eines Unternehmens haben denselben Familiennamen Beispielsweise «Huber». Das Sekretariat teilt mit, dass Sie Herrn Huber zurückrufen sollen. Schön, wenn Sie jetzt wüssten, welcher Herr Huber damit gemeint ist? In so einem Fall ist der Vorname sehr hilfreich.
- › Sie möchten mit dem Kunden, Herr Meier, sprechen und einen Termin vereinbaren. Nun ist es sehr schwer an Herr Meier heranzukommen, bzw. ihn ans Telefon zu kriegen. Wenn Sie anrufen mit: «Guten Tag Frau Müller, kann ich mit Herr Meier sprechen?» Dann werden Sie an der Zentrale oft abgewimmelt.
Tipp: Versuchen Sie es einmal mit: «Guten Tag Frau Müller, kann ich Patrick Meier sprechen?» Dann gibt das Frau Müller den Eindruck, Sie kennen Patrick Meier persönlich. Die Wahrscheinlichkeit, dass Sie weiterverbunden werden ist naheliegend.



Umgang mit Fettnäpfchen

- › Sie stellen sich mit Vorname und Nachname bei Ihrem Gesprächspartner vor: «Guten Tag, ich bin Hans Müller» Das Gegenüber betrachtet es als Duz-Angebot und stellt sich nur mit dem Vornamen vor: «Guten Tag, ich bin Marco.» - Wie korrigieren? «Entschuldigung, ich wollte nicht unhöflich sein, mein Name ist Müller und Sie sind Herr ?» - «Meier.» - «Ah, guten Tag Herr Meier. Freut mich.»
- › Ein Anrufer duzt Sie von Beginn an. Stellen Sie höflich klar, wie das Gespräch weitergeführt wird: «Entschuldigen Sie, dass ich Sie unterbreche. Sie haben mich gerade per Du angesprochen. Sind wir in diesem Fall per Du? - Ist es für Sie in Ordnung, wenn ich beim Sie bleibe Herr Soundso?» Oder wenn es die Situation erlaubt, gehen Sie offiziell in die Du-Kommunikation über: «Wie nett, dass Sie mir das Duz-Angebot machen. In diesem Fall bin ich die Monika.»

Telefon

Grundregeln und Tipps für das Telefonieren.

Damit am Telefon alles reibungslos verläuft und Ihnen unangenehme Situationen erspart bleiben, hier ein paar Tipps, die bei geschäftlichen Telefonaten helfen.

Beantworten Sie ein Telefonat nach dem zweiten oder dritten Klingeln

Beantworten Sie das Telefonat in einer angemessenen Zeit! Für viele Kunden ist das Telefongespräch der erste Eindruck des Unternehmens. Und wir wissen: es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck. Der perfekte Zeitpunkt ein Gespräch anzunehmen ist zwischen dem zweiten und dritten Klingeln. Beim ersten Klingeln erwartet ein Anrufer nicht, dass Sie rangehen, während die meisten bereits nach dem dritten Klingeln ungeduldig werden. Beantworten Sie also jedes Telefonat mit einer gewissen Dringlichkeit!

Bleiben Sie immer höflich und hilfsbereit

Vergessen Sie nicht: Über das Telefon werden Emotionen übertragen. Wenn Sie bei einem Telefonat ein Lächeln auf den Lippen haben, erkennt das Ihr Gesprächspartner am Klang der Stimme und Sie können so eine positive Gesprächsgrundlage schaffen. Viele Unternehmen haben für diesen Fall eine Standardbegrüßung mit der sich der Kunde wohlfühlt und die ihm bestätigt, dass er beim richtigen Unternehmen gelandet ist. Idealerweise würde diese so klingen: «Muster AG – Anna Muster – guten Tag.» Wichtig dabei ist: Seien Sie immer hilfsbereit - verärgern Sie einen Anrufer nicht, indem Sie beispielsweise sagen, Sie seien dafür nicht zuständig oder können nicht weiterhelfen. Bieten Sie in diesem Fall eine andere Lösung an, wie Weiterverbinden zum Kollegen oder einen Rückruf in angemessener Zeit.

Finden Sie immer erst heraus, worum es geht

Gleich zu Beginn eines Gesprächs sollten Sie herausfinden, warum jemand bei Ihnen anruft. Nicht immer geht es darum, direkt ein Problem zu schildern. Oft wollen Anrufer auch mit anderen Kollegen verbunden werden, die zum Zeitpunkt gegebenenfalls nicht im Haus sind. Für diesen Fall müssen Sie vorbereitet sein - versuchen Sie dem Anrufer immer weiterzuhelfen! Sind Sie darum bemüht, zeigt das Ihrem Gegenüber, dass Sie und damit Ihr Unternehmen hilfsbereit und lösungsorientiert sind.

Präsentieren Sie Lösungen statt Probleme

Wenn ein Problem des Kunden im Mittelpunkt des Telefonats steht, versuchen Sie immer Lösungen zu finden. Will ein Kunde beispielsweise, dass ein Mitarbeiter schon am Folgetag zum Einsatz kommt, was nicht möglich ist, schlagen Sie die beste effizienteste Möglichkeit vor, zeigen Sie Kompetenz und versuchen Sie auf den speziellen Kundenwunsch einzugehen. Auf diese Art und Weise stellen Sie den Kunden zufrieden und fördern damit den guten Ruf des Unternehmens.

Fassen Sie am Schluss das Besprochene zusammen

Nähert sich das Telefonat dem Ende, fassen Sie noch einmal zusammen, was Sie besprochen haben. Wiederholen Sie wichtige Informationen. So geben Sie dem Geschäftspartner erneut einen Überblick über das Gesagte. Zudem können Sie sicherstellen, alles im Sinne des Kunden erfasst zu haben.

Hinweis vor dem Weiterverbinden:

- › Besser nicht fragen: «Worum geht's?»
- › Kommt gut an: «Können Sie mir bitte sagen, worum es geht, damit ich Herr/Frau Soundso darüber informieren kann?»

Telefon

Grundregeln und Tipps für das Telefonieren.

Weiterverbinden

Das mehrfache Weiterverbinden ist sehr unangenehm für den Anrufer. Hier bietet man besser einen Rückruf an, der dann allerdings von einer auskunftsfähigen Person vorgenommen werden muss und innert zügiger Rückrufrfrist.

Hinweis

Wenn ein anderer Mitarbeiter zurückrufen muss, sollten Sie alle relevanten Daten erfragen, damit der Kollege sich vor dem Rückruf vorbereiten kann.

Diskretion am Telefon und der Einsatz von Lautsprecher

Dass auch Telefongespräche diskret verlaufen sollten, ist eigentlich selbstverständlich. Deshalb darf nur mit dem Einverständnis des Gesprächspartners ein Gespräch auf den Lautsprecher gelegt werden. Zur Diskretion gehört auch, sich auf den Anrufer zu konzentrieren und nicht ein Telefongespräch und ein persönliches Gespräch (beispielsweise am Handy) im Raum parallel zu führen.

No Goes am Telefon

- › Essen.
- › Trinken.
- › Kaugummi kauen.
- › Nebenbei Arbeiten am Computer erledigen (die nichts mit dem Gespräch zu tun haben).
- › Langatmige Telefonate führen und anderen damit die Zeit stehlen.
- › Parallel mit jemandem sprechen oder ein zweites Telefonat führen.



Wie erreicht man den gewünschten Gesprächspartner?

- › Es gibt Anrufzeiten, da wird man fast nur auf «sie/er ist besetzt» stossen. Es lohnt sich daher nachzufragen, wann es passend ist anzurufen. Diese Information sollte notiert werden, damit sie nicht vergessen wird.
- › Eine gute Methode ist, wenn man den Vornamen und Nachnamen der gewünschten Person nennt: «Ist Hans Muster zu sprechen?» Das verleiht den Eindruck, dass man die gewünschte Person besser oder sogar persönlich kennt. Das Resultat: Man wird einfacher durchgestellt.
- › Ein weiterer Trick ist, wenn man verneint fragt: «Hans Muster ist sicher nicht da?» Bei einer solchen Fragestellung ist die Wahrscheinlichkeit gross, dass die Telefonistin so antwortet: «Doch, Herr Muster ist hier, einen Moment bitte, ich verbinde.»
- › Wenn man ein wichtiges Telefongespräch führen will, ist manchmal auch eine Ankündigung per E-Mail von Vorteil. Man wird dann oft einen interessierten und vorbereiteten Gesprächspartner vorfinden.

Mobiltelefon

Grundregeln und Tipps im Umgang mit dem Mobiltelefon.

Im Geschäftsleben ist es unanständig das Handy während Sitzungen oder Besprechungen eingeschaltet oder auf laut eingestellt zu haben. Erwartet man für die geschäftliche Besprechung einen dringenden Anruf, so informiert man die Anwesenden zu Beginn darüber. Wenn der erwartete Anruf eintrifft, verlässt man den Raum, um das Gespräch zu führen, so dass die laufende Besprechung nicht gestört wird.

Kommt gut an

- › Melden Sie sich immer mit Firmennamen, Vor- und Nachnamen.
- › Der Klingelton sollte möglichst neutral, bzw. nervenschonend sein.
- › Für den Nachrichtempfang von z.B. SMS, E-Mail, WhatsApp etc. den Ton ausschalten.
- › Wenn Sie mit dem Handy Kurztextnachrichten an Kunden oder Geschäftskontakte senden, achten Sie auf eine formelle Anrede und Textwahl sowie auf die Rechtschreibung.

Besser nicht

- › Während der Arbeit private Gespräche auf dem Handy führen.
- › Während der Arbeit private Nachrichten lesen und senden: SMS, E-Mail, WhatsApp, Facebook sowie andere soziale Netzwerke oder im Internet surfen.
- › Handy- und iPod-Kopfhörer in den Ohren lassen.
- › Das laute Empfangen oder Senden von SMS, denn dies kann als sehr störend empfunden werden.



Hinweis zu Kurztextnachrichten:

- › Kommunizieren Sie mit geschäftlichen Kontakten besser via SMS als über WhatsApp. Dies wirkt seriöser.
- › WhatsApp ist für den privaten Gebrauch gedacht
- › Oder Sie benutzen WhatsApp in der Firma für den Informationsaustausch in der Gruppe.

E-Mail

So wie man im Geschäftsleben den Geschäftsbrief kennt, so gibt es auch für E-Mails einige Grundregeln.

Niemand versendet einen fehlerhaften Brief, denn das würde dem Image schaden. Erstaunlicherweise sind viele Leute bei E-Mails nicht so sensibel. E-Mails sollten nicht wesentlich salopper formuliert werden als Geschäftsbriefe. Bedenken Sie, welchen Eindruck der Empfänger eines schlecht verfassten E-Mails erhält. Wenn man jemandem etwas mitteilen will, sollte man dafür sorgen, dass der Empfänger die Botschaft versteht. Ein gut lesbarer Text wird wesentlich mehr Aufmerksamkeit erfahren.

Wichtig zu wissen:

- › Die Wahl der Betreffzeile – die Aussagekraft ist massgebend.
- › Eine formelle Anrede wählen. «Sehr geehrter Herr ...» oder «Guten Tag Herr ...»
- › Für die Empfänger in Bern und im Wallis sollten Sie auf die Anrede «Grüezi» verzichten. Diese wird dort oft als unhöflich empfunden.
- › Unterteilung in Absätze – Texte lesen sich besser, wenn sich das Auge an optischen Marken festhalten kann.
- › In der Geschäftswelt sachlich, formell bleiben. Nicht zu persönlich schreiben.
- › Gross- und Kleinschreibung auch im E-Mail-Verkehr beibehalten.
- › «Liebe Grüsse» oder «Herzliche Grüsse» gehören nicht in eine Kunden-E-Mail. Besser: «Freundliche Grüsse», «Beste Grüsse» oder «Schöne Grüsse».
- › Eine Signatur mit den wichtigsten Eckdaten anzufügen ist ein Muss.
- › Dokumente im Anhang sollten auch einen aussagekräftigen Namen haben. Eingescannte Dateien, haben oft Zahlen als Dateiname. Diese sollten sinnvoll umbenannt werden.
- › Antworten Sie innerhalb von 24 Stunden.
- › Ansonsten die Abwesenheitsmeldung aktivieren.



E-Mail Signatur

Die Signatur in Ihrer E-Mail ist Ihre elektronische Visitenkarte und sollte folgende Daten beinhalten wie dieses Beispiel zeigt.

Freundliche Grüsse

Anna Muster
Abteilung oder Funktion

Muster AG
Musterstrasse
CH-1111 Musterort
Telefon +41 xx xxx xx xx
Direkt +41 xx xxx xx xx
Mobile +41 xx xxx xx xx
anna.muster@muster.ch
www.muster.ch

E-Mail

Abwesenheit und interne Kommunikation.

Das Abmelden

- › Wenn Sie das Büro verlassen, z.B. weil Sie auf Kundenbesuch gehen oder einen anderen Termin wahrnehmen, so empfiehlt es sich, beim Empfang, bei der Stellvertretung oder gemäss der Regelung in der Firma, sich abzumelden und den Zeitpunkt der Rückkehr bekanntzugeben.
- › Zudem sollten Sie Termine im Kalender eintragen und dieser sollte für Interne ersichtlich sein.

Das Zurückmelden

- › Wenn Sie wieder im Büro sind, so melden Sie sich wieder zurück.
- › Falls Sie verspätet sind, so melden Sie dies in der Firma. Es könnte sein, dass ein Kunde gerade Sie sucht und sich nach Ihrer Rückkehrzeit erkundigt hat. Ihn sollte man keinesfalls unnötig warten lassen.
- › Falls Sie jemanden zurückrufen müssen, so erledigen Sie das so schnell wie möglich nach Ihrer Rückkehr oder von unterwegs.

Bei Abwesenheit gilt folgende Regelung

- › Wenn Sie nicht in der Lage sind innert 24 Stunden auf eingehende Mails zu reagieren, empfiehlt sich die Abwesenheitsmeldung zu aktivieren.
- › Alle Mitarbeitenden informieren über die Dauer der Abwesenheit und wer die Stellvertretung ist.



Der Abwesenheitstext beinhaltet folgende Informationen:

Sehr geehrte Damen und Herren
Guten Tag

Vielen Dank für Ihre Nachricht.
Ich bin bis tt.mm.jjjj abwesend. Ihre E-Mail wird nicht weitergeleitet.

In dringenden Fällen wenden Sie sich bitte an info@muster.ch oder kontaktieren Sie unsere Zentrale unter Telefon xxx xxx xx xx.

Freundliche Grüsse

Anna Muster
Abteilung oder Funktion

Muster AG

Small Talk

Mit Small Talk Menschen gewinnen.

Ob im Face-to-Face Kontakt oder am Telefon, der Small Talk ist ein interessanter Türöffner und oft die Basis für eine gute Zusammenarbeit. Allerdings sollte man dabei ein paar wichtige Grundregeln kennen und wissen über welche Themen man sprechen darf und welche man besser meiden sollte.

Wichtig zu wissen:

- › Der Kunde steht im Mittelpunkt. Hören Sie dem Gesprächspartner zu, zeigen Sie Interesse. Interessieren Sie sich zuerst für den Anderen.
- › Gehören Sie nicht zu den Dauerrednern, auch andere zu Wort kommen lassen.
- › Gehören Sie nicht zu den Dauerstillen, beteiligen Sie sich am Gespräch.
- › Small Talk soll seinem Namen gerecht werden - oberflächlich bleiben.
- › W-Fragen erleichtern den Einstieg ebenfalls: «Wie waren Sie mit dem letzten Service zufrieden?»
- › Wetter, Hobbys, Sport usw. sind Themen, welche die Kommunikation erleichtern.
- › Vermeiden Sie unerfreuliche Gesprächsthemen.
- › Respektieren Sie andere Ansichten, zerstreiten Sie sich nicht.
- › Nicht schlecht über andere sprechen.
- › Behalten Sie vertrauliche Informationen für sich.
- › Echtes Lob und Wertschätzung sind nie fehl am Platz.
- › Den Namen nennen, ehrt jede Person.
- › Geben Sie sich ausgeglichen, auch wenn Ihnen nicht danach zumute ist.
- › Wenn der andere über ein Thema spricht, zu dem man nichts beitragen kann oder will: «Ich habe mich mit diesem Thema zu wenig befasst.»



Positive Themen:

- › Wetter
- › Aktuelles
- › Hobbys
- › Sport
- › Berufsbereiche
- › Vereine
- › Haustiere
- › Garten
- › Wohnungseinrichtung
- › Umgebung, Ort, Region
- › Musik
- › TV/Film
- › Kultur

Negative Themen:

- › Politik
- › Militär
- › Religion
- › Tod
- › Krankheit
- › Geld
- › private oder geschäftliche Probleme
- › üble Nachrede
- › Witze erzählen über längere Zeit
- › Anzügliches

Kommunikation mit Internen

Respekt, Wertschätzung und Anerkennung sind die Basis für teamorientiertes Handeln.

Die respektvolle Kommunikation gegenüber Mitarbeitenden, Kollegen und Vorgesetzten, ist das A und O für eine ergebnisorientierte Zusammenarbeit. Wie Sie über Ihre Mitarbeitenden und Kollegen denken, wie Sie mit ihnen kommunizieren und ihnen gegenüber handeln, so werden Sie auch von diesen wahrgenommen.

Kommt gut an:

- › Freundlich kommunizieren.
- › Immer früh genug informieren.
- › Bei Fehlern: Anstelle eines Kritikgesprächs ein Optimierungsgespräch führen. Fehlerursache analysieren und Lösungsvorschläge evaluieren.
- › Loyal gegenüber anderen auftreten.
- › Zuverlässig und integer auftreten – Wort geben, Wort halten.
- › Sachlich und fachlich bleiben.
- › Den anderen aussprechen lassen, nicht unterbrechen, gut zuhören.
- › Komplimente machen, Anerkennung schenken.
- › Wenn der Mitarbeiter oder Kollege einmal keinen guten Tag hat. Freundlich nachfragen. Zum Beispiel: «Mir ist aufgefallen, Du bist in den letzten Tagen so ruhig. Ist alles in Ordnung?» Wenn der andere darüber sprechen will, ihm gut zuhören.



Besser nicht:

- › Aggressiv und unfreundlich kommunizieren.
- › Zu spät oder zu kurzfristig informieren. Nicht vollständig oder kurzangebunden informieren.
- › Ständig kritisieren und tadeln. Vor allem nicht vor Drittpersonen.
- › Schuld zuweisen, wenn etwas schiefgelaufen ist.
- › Recht haben wollen, andere ins Unrecht setzen.
- › Andere dominieren, nicht ernst nehmen.
- › Sich kurzangebunden oder gar nicht verabschieden.
- › Ständig dumme Sprüche klopfen.
- › Witze über andere machen.
- › Schlecht über andere sprechen.
- › Bei schlechter Laune, diese auf andere übertragen.
- › Andere dominieren, nicht ernst nehmen..

Weitere Störfaktoren am Arbeitsplatz oder im Grossraumbüro:

- › Laut diskutieren, wenn andere am Telefon oder bei der Arbeit sind. Besser: hinausgehen.
- › Von der Arbeit abhalten. Wenn andere Sie von der Arbeit abhalten, weisen Sie diese höflich darauf hin. Umgekehrt sollten Sie andere ebenfalls nicht bei der Arbeit stören.
- › Über längere Zeit Small Talk oder andere Gespräche führen. Privatgespräche besser in den Pausen halten.

Sitzungen und Besprechungen

Eine gezielte und strukturierte Kommunikationsweise ist mitentscheidend für eine erfolgreiche Besprechung.

Damit Sitzungen und Besprechungen effizient und zielorientiert ablaufen, sind klare Regeln und Hinweise notwendig.

Ablauf einer Besprechung:

- › Begrüssung, Vorstellung, im Kontakt mit Externen erfolgt eine Visitenkarteübergabe.
- › Getränkeservice.
- › Kurzer Small Talk vor der Gesprächseröffnung.
- › Gesprächseröffnung: Erläutern, was das Gesprächsthema, die Agenda und das Ziel der Besprechung ist.
- › Zeitrahmen bekanntgeben: Mitteilen von wann bis wann die Besprechung dauern soll. Die Dauer sollte maximal eineinhalb Stunden sein. Darüber hinaus verlieren die meisten Teilnehmer den Faden. Bei längeren Sitzungen sollten deshalb Pausen eingeplant werden.
- › Planen Sie vor Gesprächsabschluss ein Zeitfenster von 10 bis 15 Minuten ein. Hier erläutern Sie nochmals die wichtigsten Punkte aus der Besprechung, beantworten allfällige Fragen und halten Sie die nächsten Schritte fest.
- › Zeitverzug: Sollte die Besprechung in eine andere Richtung gehen, weisen Sie die Sitzungsteilnehmer freundlich darauf hin und leiten Sie zum Zielthema zurück. «Diesen Punkt können wir gerne in einer zweiten Besprechung anschauen.» Oder: «Ich schlage vor, dass wir über dieses Thema in einer nächsten Besprechung diskutieren, da dazu der heutige Zeitrahmen nicht ausreicht.»
- › Alternativ weisen Sie die Anwesenden daraufhin, dass Sie einen Anschlusstermin haben und sonst ein neuer Termin vereinbart werden muss.
- › Wichtig! Während der Besprechung alles aufschreiben, was man vereinbart.
- › Achten Sie auf eine sachliche und fachliche Kommunikationsweise. Bei Gefühlsausbrüchen leiten Sie höflich auf das Zielthema zurück.
- › Am Schluss bedanken Sie sich für das Gespräch und verabschieden die anderen freundlich.



Aufgabe des Besprechungsleiters:

- › Die Diskussion in die geordnete Bahn lenken.
- › Die Besprechungszeit zuteilen. Bei Zeitüberschreitungen darauf hinweisen.
- › Darauf achten, dass die Ziele der Besprechung erreicht werden.
- › Mit einer Zusammenfassung abschliessen.
- › Nächste Schritte festlegen oder Aufgaben verteilen.

Die Kundentypen

Mit welchen Kunden müssen Sie rechnen, und wie verhalten Sie sich am besten?

Nicht jeder Kunde ist gleich. - Wie sich ein Dienstleister verhalten sollte, hängt vom jeweiligen Kundentyp ab. Das Eingehen auf unterschiedliche Kundenbedürfnisse ist eine Herausforderung, aber gleichzeitig auch eine Chance, den Kunden zufriedenzustellen und ihn sogar zu begeistern. Er sollte immer als Partner gesehen und behandelt werden und nicht als Störenfried oder Feind.

Negative Grundeinstellungen verhindern ein gutes Verhältnis zum Kunden, bauen Barrieren auf und fördern Aggressionen. Als Dienstleister haben Sie einen Vorteil, wenn Sie den Kundentyp erkennen und auf diesen individuell eingehen, weil Sie dadurch Zeit sparen und Ärger vermeiden.

Der Aggressive:

Der eher aggressive Kunde sieht in Ihnen eine gewisse Abhängigkeit, da er auf Ihr Wissen und Ihre Leistung angewiesen ist. Bringen Sie ihm daher viel Einfühlungsvermögen entgegen. Womöglich überspielt er damit seine Unsicherheit oder steht unter Zeitdruck und möchte Sie schnell wieder loswerden. Verlieren Sie bloss keine Selbstbeherrschung bei nervösen und drängelnden Kunden. Und begeben Sie sich nicht auf die gleiche Ebene der Aggression, indem Sie laut werden.

Um die Aggressivität ein wenig zu mildern, können Sie Folgendes tun:

- › Nehmen Sie Äusserungen des Kunden nicht persönlich.
- › Atmen Sie tief durch und bleiben Sie sich.
- › Bleiben Sie sachlich und freundlich.
- › Überzeugen Sie mit Kompetenz und Zuvorkommenheit.

«Das Geheimnis des Erfolgs ist, den Standpunkt des anderen zu verstehen.»

Henry Ford

Der Besserwisser:

Kunden, die meinen, alles besser zu wissen, möchten damit oft Unsicherheit und Angst überdecken. Es geht diesem Kunden nicht um eine sachliche Lösung, sondern eigentlich nur um den Konflikt. Ihm gefällt es, für sein Wissen gelobt zu werden. Ein Besserwisser bringt jemanden gerne in Rage. Sie sollten sich aber nicht ärgern lassen und nicht auf Streitereien eingehen.

Stattdessen sollten Sie:

- › Ruhe bewahren.
- › Zunächst das Wissen des Kunden loben und dann Ihren Vorschlag vorbringen.
- › Provokationen erkennen und ignorieren.
- › Sachlich argumentieren.

Die Kundentypen

Der Kontrollierende:

Dieser Kundentyp ist sehr unsicher, weil er vielleicht schon häufiger schlechte Erfahrungen gemacht hat. Schon im Vorfeld will er möglichst viele Informationen. Wenn Sie Ihren Vorschlag oder Lösung bringen oder Ihre Arbeit gemacht haben, möchte der Kunde alles kontrollieren oder beobachten. Das kann einen ganz schön nervös machen. Sie sollten dem Kontrollfreak freundlich seine Grenzen aufzeigen, ihn aber trotzdem nicht als lästig empfinden und ihn nicht abwimmeln.

Darüber hinaus sollten Sie:

- › Fragen beantworten und den Kunden damit einbeziehen.
- › Wenn der Kunde zu weit geht und Ihre Arbeit behindert, setzen Sie freundlich, aber bestimmt Grenzen. Sagen Sie ihm zum Beispiel, dass Sie ihm später alles bis ins kleinste Detail erklären werden.

Der Überfreundliche:

Es gibt Kunden, die es zu gut meinen. Sie sind aufdringlich und neigen dazu über längere Zeit Small Talk zu führen, sei es am Telefon oder bei einer Besprechung. Oft geht das Gespräch in eine ganz andere Richtung und ist nicht mehr projektbezogen. Dadurch fühlen Sie sich oft unter Druck gesetzt und im Zeitablauf und der Arbeit behindert. Dieser Kundentyp braucht Anerkennung und Grenzen, die Sie freundlich setzen können. Auf keinen Fall sollten Sie den Kunden brüskieren und unhöflich ablehnen. Aber es einfach über sich ergehen lassen, sollten Sie auch nicht.

Um den Kunden nicht zu verärgern, beachten Sie:

- › Bedanken Sie sich für die Aufmerksamkeit und das Gespräch.
- › Weisen Sie ihn höflich darauf hin, dass Sie gerne zurück zum projektbezogenen Gesprächsthema gehen möchten.
- › Raubt Ihnen der Kunde Ihre Zeit, weisen Sie ihn freundlich auf Ihre nächsten Termine hin.

Der Überängstliche:

Kunden, die sehr ängstlich sind, befürchten, dass sich ihr Projekt zu ihrem Nachteil verändert, etwas beschädigt wird oder Mehrkosten entstehen könnten. Was dieser Kunde braucht, ist in erster Linie Sicherheit. Diese geben Sie ihm, wenn Sie ihm viele Informationen und einen genauen Überblick geben. Auch wenn es etwas aufwendiger und anstrengender ist, lohnt es sich. Denn uninformierte Ängstliche sind noch ängstlicher, wenn sie nicht wissen, was passiert. Reagieren Sie nie grob und speisen Sie den Kunden nicht mit knappen Worten ab.

Sie sollten stattdessen:

- › Den Kunden vor Arbeitsbeginn über alle Tätigkeiten informieren,
- › alle Fragen beantworten,
- › nachfragen, was er noch wissen möchte.
- › Darauf achten, dass die Ausführenden vor Ort über die Kundenansprüche und Wünsche genauestens informiert sind und das Eigentum des Kunden besonders vorsichtig behandeln.

Wichtig zu wissen:

- › Behandeln Sie alle Kunden gleich, das heißt, gleich freundlich.
- › Versuchen Sie den Standpunkt des Kunden zu verstehen.
- › Zeigen Sie sich positiv dem Kunden gegenüber.

Reklamationen

Gehen Sie mit Reklamationen positiv um, denn jede Reklamation ist eine Chance für weitere Aufträge!

Bei der Arbeit werden Sie täglich mit verschiedenen Problemen und Situationen konfrontiert. Die Folge der Erfahrungen ist, dass Sie ein automatisiertes Verhalten haben. Häufig denken Sie über Ihre Antwort auf eine Kundenreklamation gar nicht mehr nach oder Sie reagieren überhaupt nicht.

Der Kunde wird damit abgefertigt. Zumindest fühlt er sich so. Wo bleibt denn das Verständnis für den Kunden, wo bleibt da die sprichwörtliche Kundenorientierung? Wann haben Sie das letzte Mal darüber nachgedacht, wie sich Ihr Kunde fühlt, wenn er eine Reklamation hat? Denken Sie daran, der Kunde stört Sie niemals bei Ihrer Arbeit, sondern er ist der Grund für Ihre Arbeit. Für den Kunden ist sein Problem, seine Reklamation vielleicht das erste Mal eingetreten und er will zuerst seinen Ärger loswerden. Er befindet sich also auf der Gefühlsebene. Er ist emotional geladen und will sich erst abregieren.

Wichtig zu wissen:

Durch das Verständnis am Anfang fühlt sich der Kunde gut aufgehoben und mit seinem Problem ernst genommen. Wenn der Kunde spürt, dass Sie sich wirklich für ihn und sein Problem interessieren, Sie die Ursache hinterfragen, die Ursache für die Reklamation feststellen und dann noch schnelle Hilfe zusagen, dann wird kein Kunde verärgert bleiben.



Wie reagieren Sie nun richtig:

Entschuldigen.

Wenn der Fehler eindeutig bei Ihnen/Ihrer Firma liegt, entschuldigen Sie sich dafür. Wenn die Fehlerquelle nicht eindeutig ist, teilen Sie dem Kunden mit, dass es Ihnen leidtut, dass er solche Umstände hat.

Verständnis zeigen.

Sich in die Lage des Kunden versetzen. Wie würde ich mich in dieser Situation fühlen?

Fragen stellen.

«Seit wann funktioniert es nicht mehr?»
«Wie ist die Fehlermeldung?»
«Was haben Sie schon unternommen?»
«Wann sind Sie am besten erreichbar und unter welcher Telefonnummer?»

Lösung aufzeigen.

«Der Sachverständige oder der Chef wird mit Ihnen Kontakt aufnehmen. Wann sind Sie telefonisch am besten erreichbar und unter welcher Nummer?»
«Unser Mitarbeiter, Hans Supergenau, wird bei Ihnen vorbeikommen und sich die Sache anschauen. Geht es Ihnen morgen Vormittag um 10 Uhr?»

Reklamationen

Kommt gut an:

- › Entschuldigen Sie sich für die Unannehmlichkeiten.
- › Zeigen Sie Verständnis für die Gefühle und die Situation des Kunden, nehmen Sie die Beschwerde ernst.
- › Hören Sie dem Kunden gut zu. Wiederholen Sie die Inhalte und schreiben Sie auf, was er sagt. Das dient Ihnen nachher für die interne Weiterleitung und zeigt dem Kunden, dass Sie ihn ernst nehmen.
- › Alternativ bei einem Einwand oder Reklamation dem Kunden höflich mitteilen, dass Sie die Sachlage so nicht beurteilen können, Sie es gerne intern mit dem zuständigen Kollegen, dem Sachverständigen oder Mitarbeiter abklären werden
- › Erklären Sie ihm, dass Sie das Anliegen dem zuständigen Sachverständigen weiterleiten werden und dass dieser mit dem Kunden in Kontakt treten wird.
- › Fragen Sie den Kunden, wann er am besten erreichbar ist und über welche Telefonnummer, damit der Sachverständige ihn anrufen kann.
- › Wichtig: Sorgen Sie dafür, dass der Sachverständige sofort über die Reklamation durch Sie informiert wird. Und dieser dem Kunden schnell eine kulante Lösung aufzeigt.
- › Machen Sie nur realistische Versprechungen, die Sie halten können.
- › Halten Sie neue Termine pünktlich ein.
- › Überraschen Sie den Kunden mit einem kleinen Geschenk als Ausgleich für die Unannehmlichkeiten.
- › Analysieren Sie Reklamationen mit Ihrem Chef, den Kollegen und suchen Sie nach Verbesserungen für die Zukunft.



Besser nicht:

- › Nicht zur Kenntnis nehmen, ignorieren, zurückweisen, unbearbeitet lassen.
- › Dem Kunden die Schuld geben: «Ich glaube Ihnen das nicht, Sie sind der erste Kunde, der so etwas behauptet.»
- › Rechtfertigen.
- › Beleidigt und aggressiv reagieren.

Wichtig zu Wissen:

Keine Killerphrasen:

- › «Das kann gar nicht sein!»
- › «Da haben Sie etwas falsch gemacht!»
- › «Das hab ich ja noch nie gehört!»
- › «Damit habe ich nichts zu tun, wenden Sie sich an die andere Firma oder den Hersteller.»
- › «Da haben Sie wohl die Bedienungsanleitung falsch gelesen.»

Checkliste: Face-to-Face Kontakt

Auftritt und Erscheinung - darauf achte ich:

- › Gepflegte Frisur, Rasur, Aussehen.
- › Kleidung und Schuhe: sauber, gepflegt.
- › Fahrzeug: gereinigt, getankt, ohne Schäden.

Das habe ich immer dabei:

- › Ersatzhemd/Bluse, Oberteil zum Wechseln.
- › Kleidung für den Baustellenbesuch.
- › Etui mit Deo, Kamm.
- › Handy (Akku aufgeladen).
- › Schreibmaterial, Block oder Notizbuch.
- › Tablet oder Notebook.
- › Visitenkarten.
- › Informationsschild für unter die Windschutzscheibe «bei Parkieren auf fremden Parkplatz».

So bereite ich mich auf den Auftrag vor:

- › Website studieren.
- › Abklären, entscheiden, ob man in Begleitung geht. Mit ranghöherer Person, Entscheidungsträger, fachspezifischer oder technischer Support.
- › Wenn der Termin vor längerer Zeit vereinbart wurde, den Kunden an den Termin erinnern: anrufen oder eine E-Mail senden.
- › Reiseroute abklären und planen.
- › Sich erkundigen, ob ein Parkplatz vorhanden ist.
- › Kundenadresse und Telefonnummer ausdrucken oder elektronisch, z.B. im Smartphone gespeichert.
- › Unterlagen und Präsentation bereitstellen.

Für den Kundentermin habe ich dabei:

- › Aktuelle projektbezogene Unterlagen, Dokumentation, Präsentation, Visitenkarten.
- › Kundenadresse und Telefonnummer.

Vor Ort beim Kunden verhalte ich mich so:

- › Pünktlich erscheinen! Bei Verspätung sofort den Kunden informieren, anrufen.
- › Freundlich, sympathisch auftreten, auch wenn Ihnen mal nicht danach ist. Tipp: Sagen Sie sich vorher: «Ich mag Sie, Sie bekommen die beste Beratung, den besten Service von mir.»
- › Schon am Empfang Eindruck hinterlassen mit einem sympathischen Auftreten und freundlicher Begrüßung. Die Person am Empfang mit dem Namen ansprechen.
- › Der Weg zum Büro oder Sitzungszimmer: Der Gastgeber geht voraus. Öffnet die Türe/n und macht die Geste zum Eintreten.
- › Bei einer Treppe: Hinauf - der Gast geht vor, hinunter - der Gastgeber geht vor.
- › Falls Ihnen kein Platz zugeordnet wird, erkundigen Sie sich, wie die Sitzordnung ist.
- › Begrüßung des Kunden mit Handschlag. Je nach Situation auch ohne.
- › Bedanken Sie sich für die Einladung und den Termin.
- › Kurzen Small Talk führen (Weg, Reise, Wetter, ...).
- › Wenn Sie nicht alleine sind, Ihre Begleitperson/en vorstellen.
- › Visitenkartenaustausch.
- › Gesprächseröffnung mit Hinweis auf das Gesprächsthema und Ziel. Von Vorteil: Klären Sie zu Beginn, von wann bis wann die Besprechung dauern soll.
- › Wichtig! Alles aufschreiben, was man verspricht und vereinbart. Am Schluss alle Punkte nochmals durchgehen und bestätigen lassen.
- › Sich für das Gespräch und die entgegengebrachte Zeit und/oder für den Auftrag sowie die Zusammenarbeit bedanken.
- › Freundlich verabschieden.

Checkliste: Besucherempfang und Sitzungen

Auftritt und Erscheinung - darauf achte ich:

- › Gepflegte Frisur, Rasur, Aussehen.
- › Kleidung und Schuhe: sauber, gepflegt.

Das habe ich dabei oder griffbereit:

- › Schreibmaterial, Block oder Notizbuch.
- › Visitenkarten.

Wenn der Kunde beim Empfang ankommt:

- › Schon am Empfang einen guten Eindruck hinterlassen. Mit einem gepflegten und freundlichen Auftreten und einer höflichen Begrüßung.
- › Wer am Empfang sitzt, steht auf oder geht auf den Kunden zu. Lächeln.
- › Den Namen erfragen und den Besucher mit dem Namen ansprechen und den Grund des Besuchs ergründen.
- › Wenn man darüber informiert ist, dass Besuch erwartet wird, die personalisierte Willkommens- tafel am Empfang bereitstellen und den Besu- cher beim Eintreffen mit dem Namen begrüßen.

Assistent/in holt Besuch am Empfang ab:

- › Assistent/in begrüßt den Besucher mit Hand- schlag und stellt sich vor. Assistent/in führt den Besucher zum Sitzungszimmer, evtl. begleitet von einem Small Talk. Geht voraus und weist den Weg, öffnet Türen und macht die Geste zum Eintreten.
- › Hilft dem Besucher aus dem Mantel und bringt diesen zur Garderobe.
- › Bietet eine Sitzgelegenheit sowie ein Getränk an.
- › Assistent/in informiert intern die Ansprechper- son, dass der Besuch eingetroffen ist.
- › Sollte die Ansprechperson besetzt sein, diese über das Eintreffen des Besuchers informieren, damit dieser nicht warten muss.

Ich als Gastgeber hole den Besuch ab:

- › Wenn ich mit dem Kunden einen Termin habe, so lasse ich den Kunden am Empfang nicht warten.
- › Sollte ich aus irgendwelchen Gründen aufgehal- ten werden, Sorge ich dafür, dass jemand stell- vertretend den Besucher in Empfang nimmt, sich bestens um ihn kümmert, ins Sitzungszimmer führt, einen Platz zuweist, ein Getränk anbietet.
- › Wenn ich den Kunden empfangen, begrüße ich ihn freundlich mit Blickkontakt und einem Lächeln.
- › Ich führe den Besucher zum Sitzungszimmer.
- › Auf dem Weg zum Zielort gehe ich als Gastge- ber voraus und weise den Weg, öffne Türen und mache die Geste zum Eintreten.
- › Auf dem Weg bietet sich die Gelegenheit für einen Smalltalk (Weg, Reise, Wetter, etc.)
- › Ich helfe dem Gast aus dem Mantel und bringe diesen zur Garderobe. Ich biete ihm eine Sitzge- legenheit sowie ein Getränk an.
- › Wenn ich nicht alleine bin, stelle ich dem Besu- cher die anderen Personen vor. Diese begrüßen den Besucher mit Handschlag. Achtung! Wenn man sitzt, steht man bei der Begrüßung immer auf.
- › Visitenkartenaustausch mit Blickkontakt, Visiten- karte studieren und dann in Sichtweite vor sich hinlegen. Nicht ausser Sichtweite wegstecken.

Die Besprechung starten und führen:

- › Gesprächseröffnung und auf das Gesprächsthe- ma kommen. Nochmals mitteilen und abklären von wann bis wann die Besprechung dauern soll und was der Grund und das Ziel der Bespre- chung ist.
- › Wichtig! Alles aufschreiben was man verspricht und vereinbart. Am Schluss alle Punkte nochmals durchgehen und bestätigen lassen. Die nächsten Schritte vereinbaren.
- › Sich für das Gespräch, den Besuch und/oder den Auftrag und die Zusammenarbeit bedanken.
- › Freundlich verabschieden.

Checkliste: Telefonieren

Darauf achte ich, bevor ich telefoniere:

- › Korrekte Haltung: Ich sitze aufrecht im Stuhl. Beide Füße auf dem Boden.
- › Der Computer und Zugriff auf das Firmennetzwerk funktionieren.
- › Auf dem Tisch halte ich einen Schreibblock und ein Schreibgerät für Notizen bereit.

Das Telefon mit seinen Funktionen kann ich gut bedienen:

- › Anrufenden auf Warteschlaufe setzen.
- › Anrufenden zurückholen.
- › Bei einem Zweitanruf setze ich die eine Person auf die Warteschlaufe, nehme die zweite Person entgegen und gehe dann wieder zurück zur Erstperson.

Wenn ich besetzt oder abwesend bin:

- › Aktiviere ich den Anrufbeantworter oder die Combox.
- › Leite ich mein Telefon zur Stellvertretung um.
- › Leite ich mein Telefon auf die Zentrale um.
- › Mein Kalender ist für Interne ersichtlich und die Termine sind eingetragen.
- › Wenn ich zurückkomme, höre ich Mitteilungen ab und beantworte sie, bzw. rufe den Anrufer zurück.

Tipp:

- › Wenn ich an einer sehr wichtigen Arbeit bin und nicht gestört werden möchte, ist es nicht sinnvoll, wenn ich ein Telefon entgegennehme. Denn ich bin nicht konzentriert, habe für den Anrufer keine Zeit und reagiere vermutlich gestresst und unfreundlich. Besser, das Telefon umleiten und die Kollegen vorher informieren.

Am Telefon verhalte ich mich so:

- › Wenn das Telefon klingelt, muss ich nicht sofort abheben. Besser man bereitet sich vor, nimmt Notizblock und Schreibgerät zur Hand, atmet tief durch, lächelt und nimmt dann ab.
- › Begrüssungsempfehlung, wenn ich das Telefon abnehme: «Firma – Vorname - Nachname – guten Tag.» Wichtig! Dazwischen Sprechpausen machen.
- › Begrüssungsempfehlung, wenn ich das Telefon mache: «Vorname - Nachname –Firma - guten Tag.» Wichtig! Dazwischen Sprechpausen machen.
- › 3 x den Namen des Gesprächspartners sagen:
 - Bei der Begrüssung
 - Während dem Gespräch
 - Bei der Verabschiedung
- › Während dem Gespräch arbeite ich nicht am Computer, es sei denn ich muss für das Gespräch Daten suchen oder etwas schriftlich festhalten, das teile ich dem Gesprächspartner am Telefon mit.
- › Ich esse und trinke nicht während dem Gespräch. Auch Kaugummi kauen ist tabu.
- › Ich sitze aufrecht und bin konzentriert.
- › Ich nehme alle Daten auf, sofern diese nicht im System sind: Vorname, Nachname, Firma, Adressdaten, Telefonnummer, Mobile, E-Mail und erkundige mich, wann die Person am besten erreichbar ist und unter welcher Nummer.
- › Beim Terminieren, erkundige ich mich, ob vor Ort Parkmöglichkeiten vorhanden sind.
- › Alle Informationen sowie was ich am Telefon vereinbare oder verspreche, schreibe ich auf.
- › Danach lese ich die festgehaltenen Punkte nochmals vor und lasse sie mir vom Gesprächspartner bestätigen.
- › Ich bedanke mich für das Gespräch und/oder den Auftrag.
- › Wünsche einen schönen Tag und verabschiede mich freundlich.
- › Je nach Situation leite ich den Auftrag oder die Nachricht sofort an die entsprechende Stelle weiter mit der Bitte um eine kurze Rückmeldung.

Notizen

A series of horizontal dotted lines for taking notes.

Impressum

Status 28. November 2019

Autorin Monika Seeger

Copyright

Der Inhalt dieses Dokuments ist urheberrechtlich geschützt und Eigentum von Imagenow GmbH.

Die Herstellung von Kopien ist nicht für den kommerziellen Gebrauch erlaubt.

imagenow
business image coaching

Imagenow GmbH

Hauptstrasse 64 • CH-6315 Oberägeri
T +41 41 750 86 86 • info@imagenow.ch
www.imagenow.ch