

Machen Sie Kunden zu Promotoren – Kunden emotional ansprechen und binden ...und: erleichtern Sie Ihren Mitarbeitern den Service

Berlin, 10. Mai 2012

**TOP-PERFORM
Helga Schuler
Managementberatung für
Wachstum und Performance**





Kunden zu Promotoren machen...

**Kundenzufriedenheit
entsteht auf der Leistungsebene**

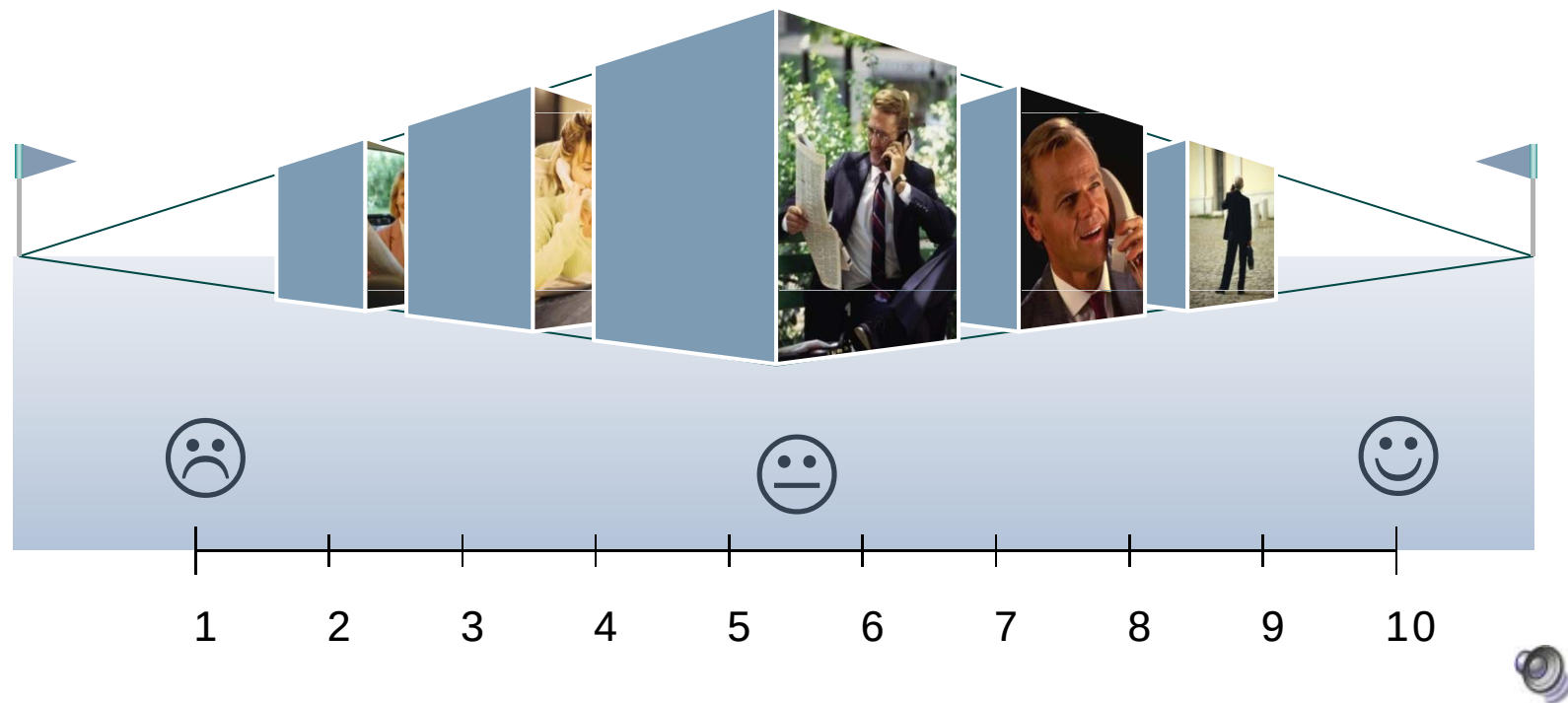
**Kundenbindung
entsteht durch Beziehung und Emotion**

Qualität der Kundenkontakte

Ein Kontakt ist nur so gut, wie das Gefühl, das er hinterlässt.

Was ist das Problem des Kunden?

Wie fühlen Sie sich als Kunde?



„Abwicklungsorientierte“ Qualität





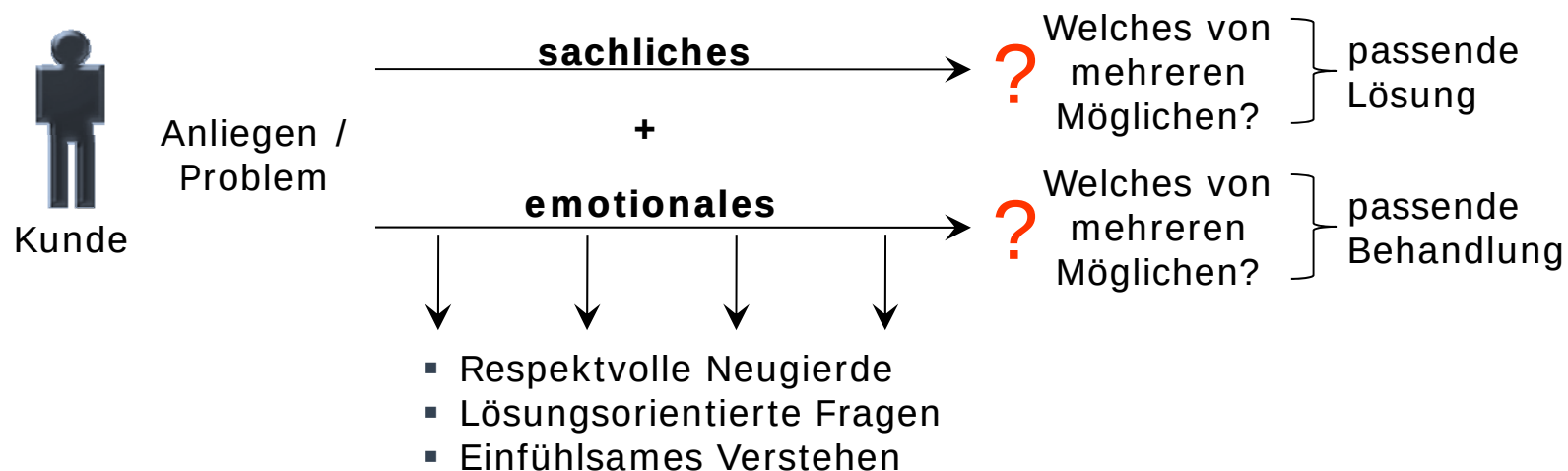
Die Situation

**Kunden werden fachlich kompetent und
freundlich behandelt, aber**

- **problemorientiert**
- **nicht beziehungsorientiert**

Weiterempfehlung nur durch emotionale Ansprache

Kundenfokussiertes Verhalten im Kundenkontakt
(versus klassisch: kundenorientierte Kommunikation)



**Die Botschaft der Allianz Kundenbetreuung:
Nur die 10 zählt... mit Kompetenz **und** Emotion**

Beim 50. Telefonat noch so gelassen und freundlich sein wie beim ersten?

„Sie haben doch keine Ahnung! Wo haben Sie denn Ihren Job gelernt? ...“

Uff ...



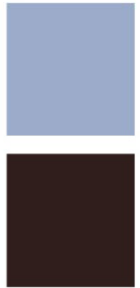


Empathie – Definition



**„Die private Welt des Klienten so zu spüren
als ob es die eigene wäre,
ohne jemals das als ob zu verlieren -
das ist Empathie“** *(Carl Rogers, 1973)*

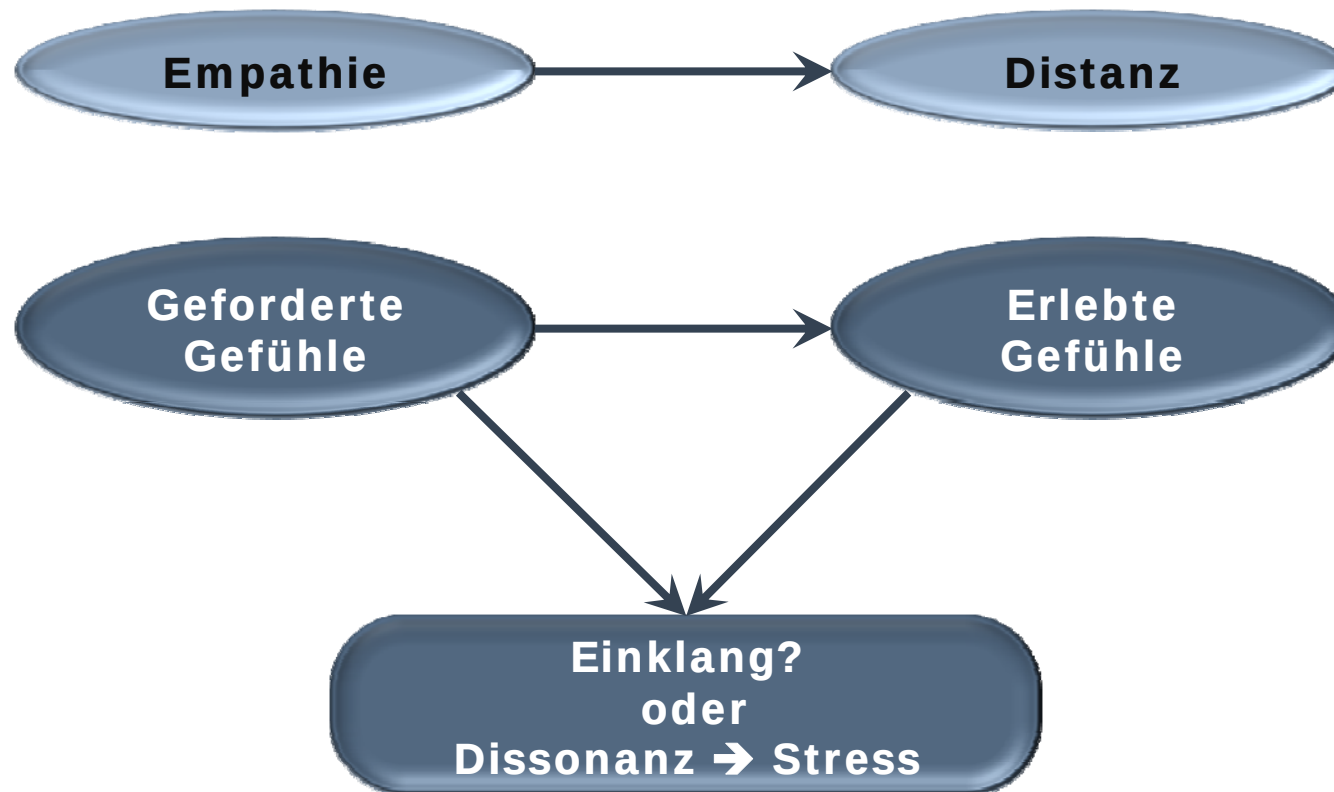


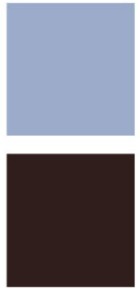


Die neuen Lernziele: Professionelle Gefühlsarbeit

**Mitarbeiter, die viele und / oder
schwierige Anrufe beantworten und die
serviceorientiert agieren sollen / wollen,
leisten „emotionale Schwerstarbeit“**

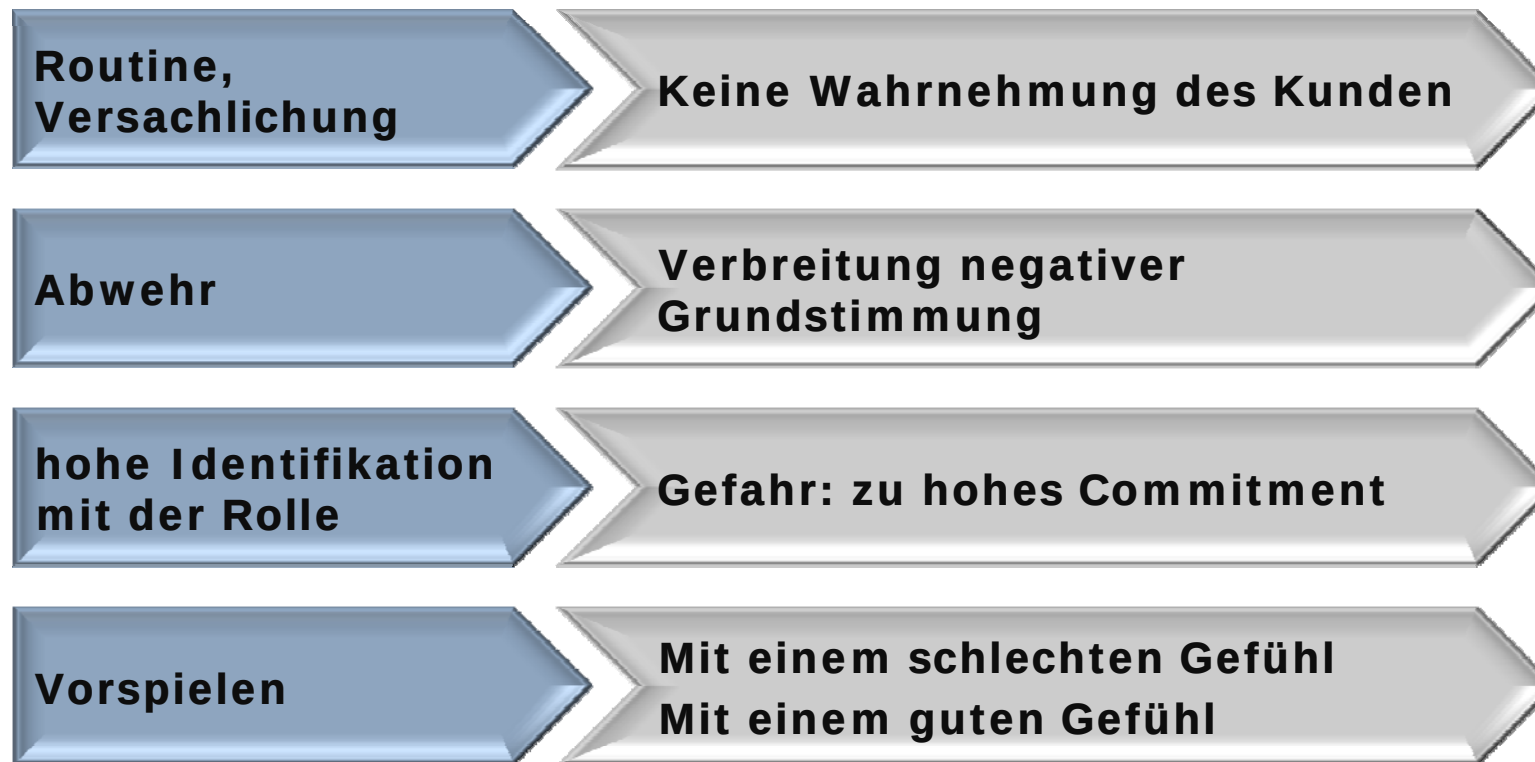
Die neuen Lernziele: Professionelle Gefühlsarbeit





Die neuen Lernziele: Alternative Bewältigungsstrategien

Klassische, kontraproduktive Bewältigungsstrategien:





Die neuen Lernziele: Zwei Schlüsselqualifikationen

Empathie (und Distanz)

**Selbststeuerung der Gefühle
(Fähigkeit die eigenen Gefühle zu regulieren)**

Paul

Tipps

- tief ein- u. ausatmen
- mit Ausatmen Bild verbinden / z.B. letzten Anruf loslassen
- Pausen bedarfsorientiert machen
- Rituale
- z.B. - tagl. 17:00 zum Automaten:
Prinzeurolle
- Cappuccino um 15:00
- sich umziehen (abends)
- Tür zur Garage = Feierabend
- PC multifaktor ...
- bewusst!
- Dampf ablassen:
 - es hat g. erzählt
 - foggen gehen
 - raus gehen / paar Schritte

Selbst-
steuerung

gezielt

- sich an Gelingen erinnern (Reminiszenz technik)
- sich selbst loben
- sich Feedback holen
- Austausch unter GL
- bewusst wahrnehmen:
 - Körperhaltung
 - Mimik
 - Body Scan
- + ggf. beeinflussen (Körper Gefühle Gedanken)
- eigene aktuelle Bedürfnisse
→ Handlungsbedarf?
- Muskel au- u. entspannung



Die neuen Lernziele: 4 Ebenen der Wahrnehmung



Neue Inhalte: Beispiel - Das 4 Felder Modell für empathische Gesprächsführung

Was sagt der Kunde?
– auch zwischen den Zeilen
Was ist das sachliche
+ emotionale
Problem des
Kunden?

1

2

Was ist der
emotionale
Hintergrund, das
unerfüllte Bedürfnis
beim Kunden?

Empathie

Professionalität
Was wäre eine kompetente
und verständnisvolle
Reaktion?
Was sage ich?

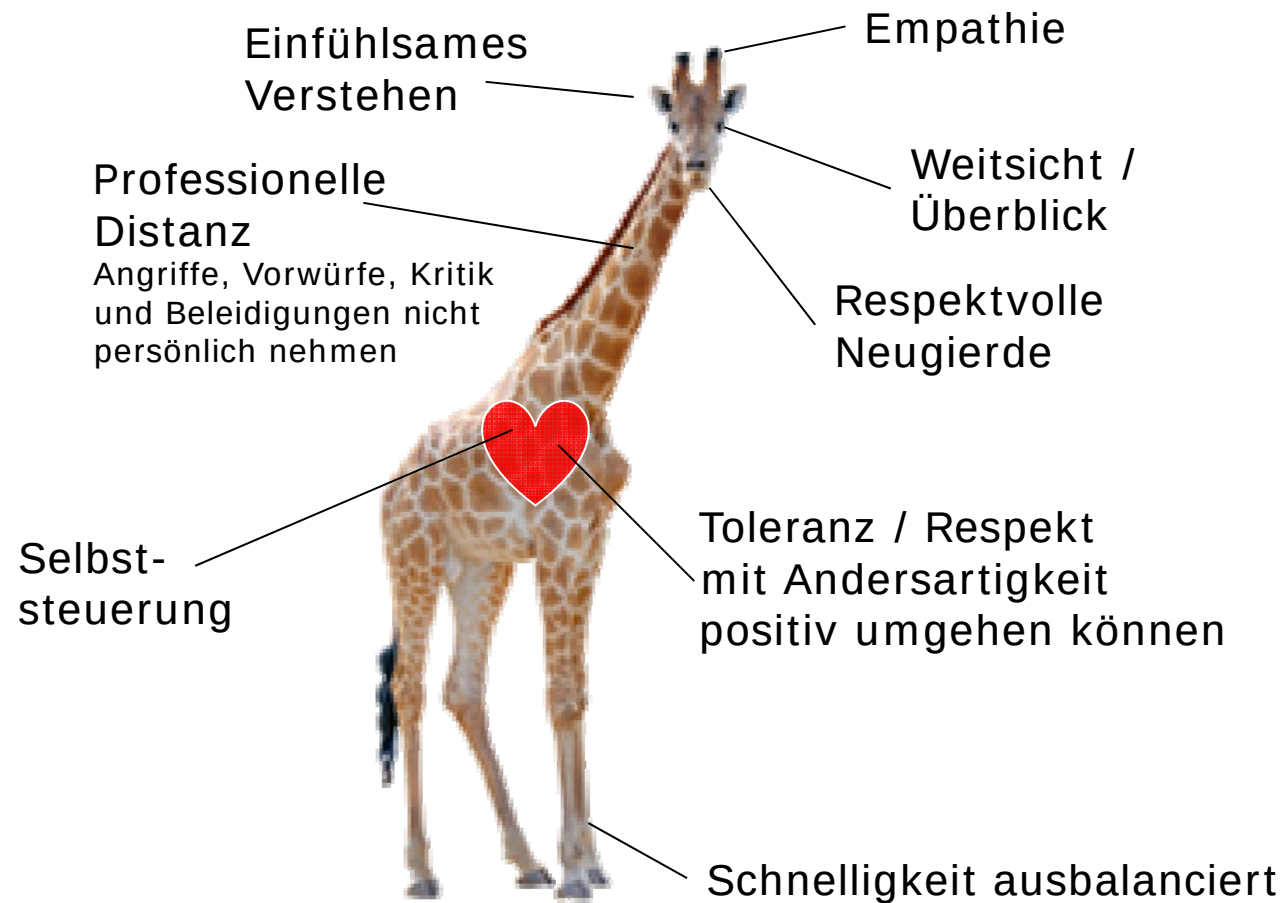
4

3

Selbststeuerung

Welche Gefühle
nehme ich bei mir wahr!
Sind diese so, bzw. ich
kann diese so steuern,
dass es mir (und dem anderen) gut geht.

Neue Inhalte: Beispiel – Giraffe und Wolf Kompetenz und Emotion



Neue Inhalte: Beispiel – Giraffe und Wolf Unprofessionelle Gesprächsführung

bewertet = interpretiert

analysiert, weiß immer was mit anderen nicht stimmt, was die anderen falsch machen, fühlt sich meist im Recht, sucht nach Schuldigen

Angriff,
schreckt vor
nichts zurück

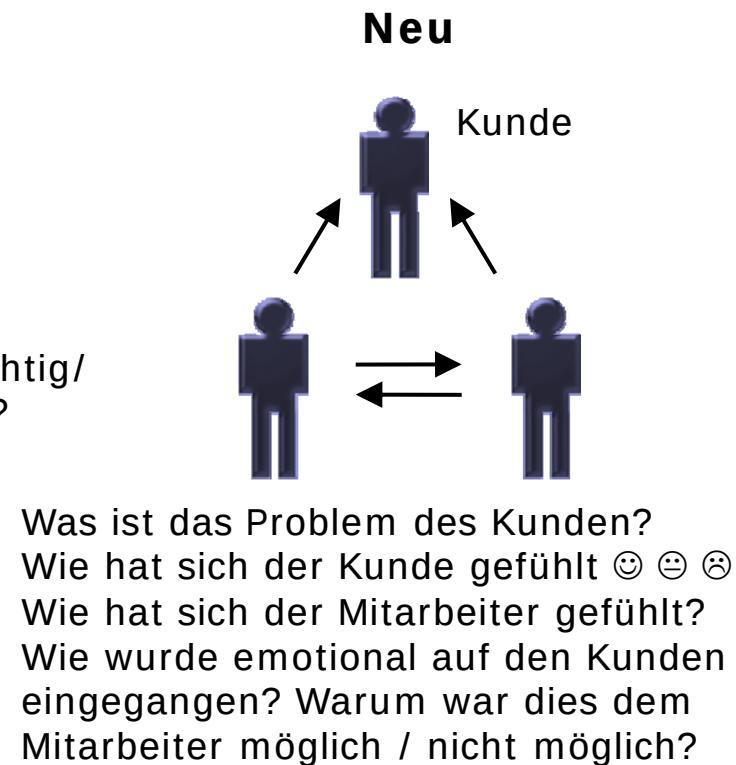
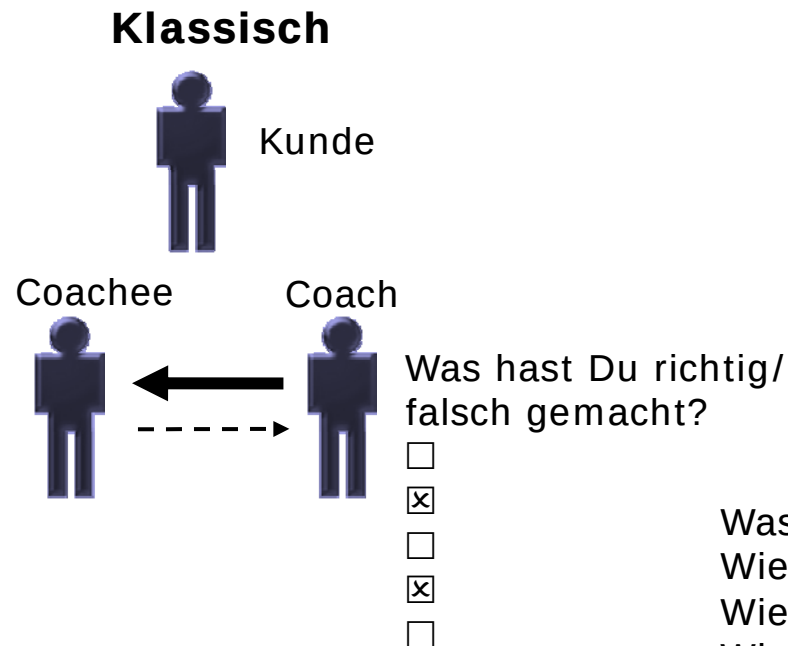


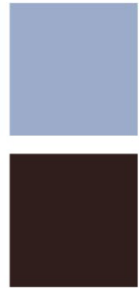
„Would you rather be right...or happy?“

Marshall Rosenberg

Ein neuer Coaching Ansatz

Allianz: „Wir vereinfachen das Coaching und setzen neue Schwerpunkte“





Die neuen Lernziele 4 Arbeitsebenen im Coaching

Einstellung

- Motivation
- Freude
- Professionelle Haltung
- Glaubenssätze („schon wieder ein Lehrer...“)

Gefühl

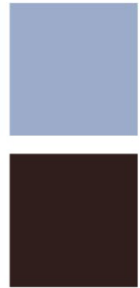
- Befindlichkeiten des Anrufers wahrnehmen und darauf reagieren (Resonanz)
- Verständnis haben und zeigen
- Selbstwahrnehmung

Körperlichkeit

- Haltung
- Stimme
- Mimik/Gestik
- Körperliche/seelische Verfassung

Kopf/ Gesprächstechnik

- Gesprächssteuerung und –struktur
- Persönliche Ansprache
- Formulierungen
- Fragetechnik



Mehr als ein Telefon Training: Das Change Programm neue Servicekultur

Es gibt

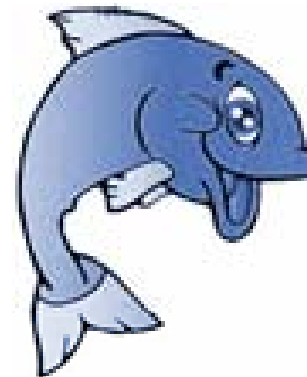
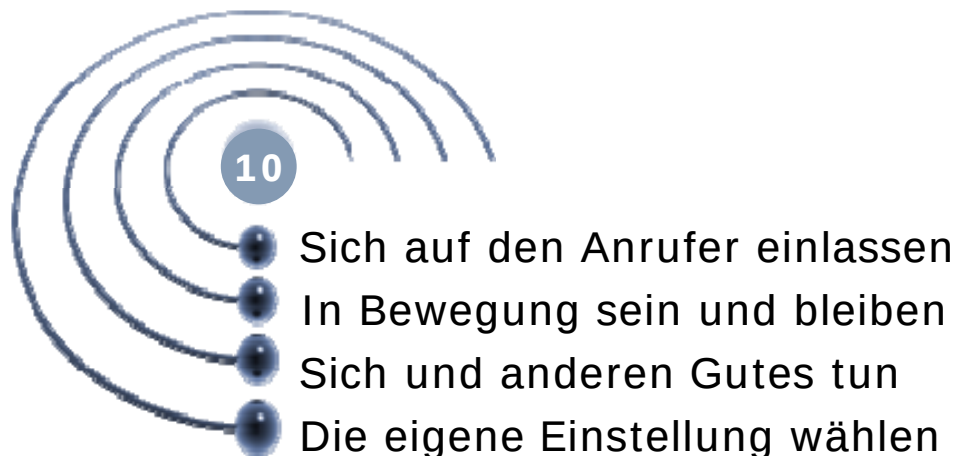
- **Eine „Message“, eine Philosophie, Leitsätze für die neue Serviceausrichtung**
z.B. Fish Philosophie
(Einsatz des Fish Films über die Fisch Verkäufer in Seattle)
- **„Change Agents“**
 - Vorbereitung das Trainings- und Coaching Programm
(Konzeption, Kickoffs)
 - Begleitung der Umsetzung und Sorge für die Nachhaltigkeit
- **Maßnahmen, die die nachhaltige Umsetzung des Programms sichern helfen**
z.B. ein Symbol/Symboltier, das für die neue inhaltliche Ausrichtung steht und/oder z.B. Give Aways, die den Antistress-Teil des Programms unterstützen, wie z.B. Knautsch Bälle, Basketballkorb usw.

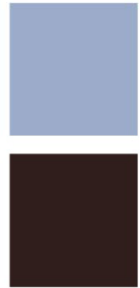
Operative Umsetzung und die Erfolge Ziele und Leitsätze des Programms

Das Programm hat klare Ziele:

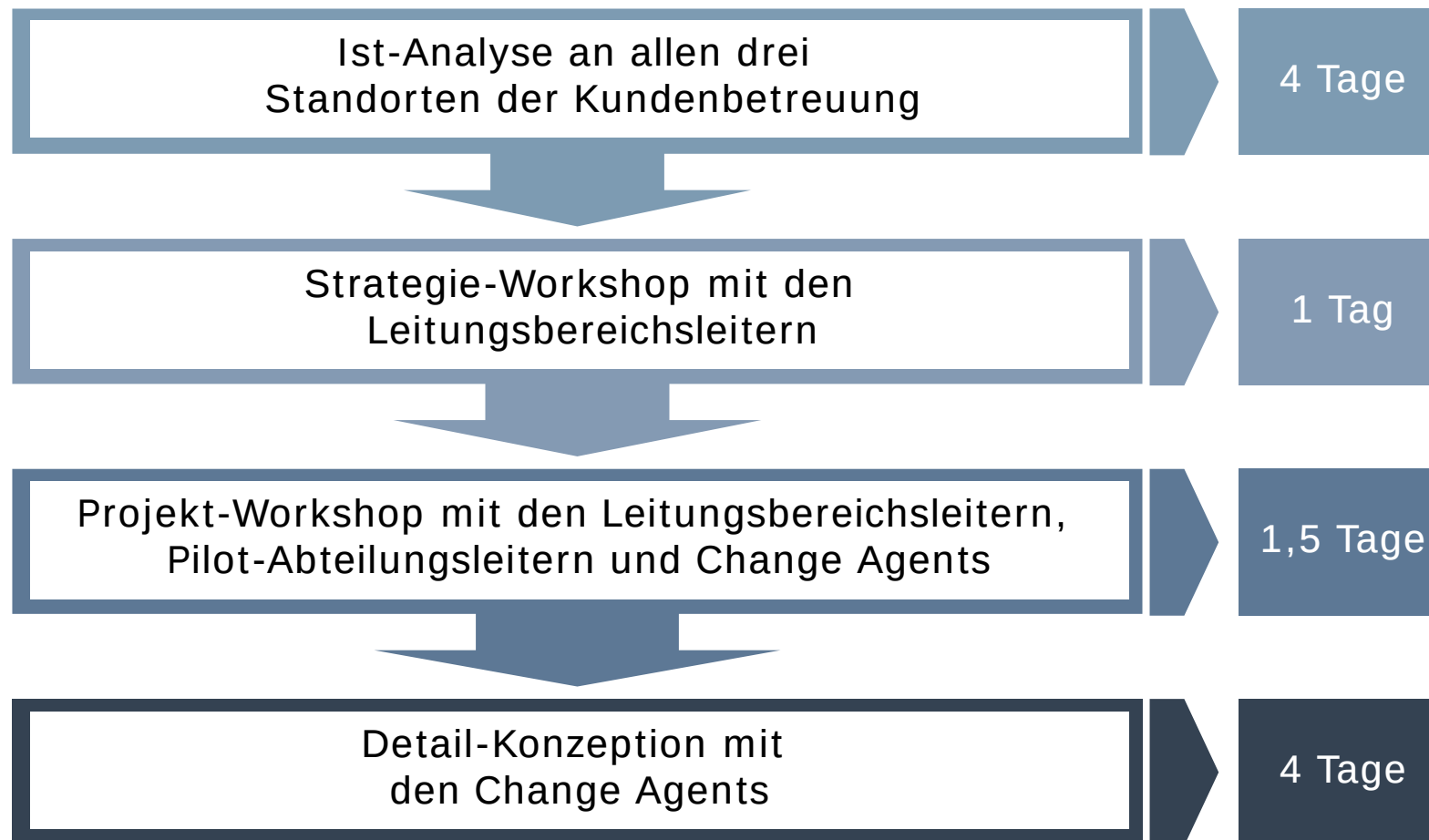
- Den Mitarbeitern soll es leichter fallen, die vielfältigen telefonischen Kundenkontakte zu bewältigen und
- In Gesprächen Kompetenz und Emotion zeigen und diese so führen, dass der Kunde sich individuell und persönlich behandelt fühlt.

Wir konzentrieren uns dabei auf 4 Leitsätze in Anlehnung an die „Fish“ Philosophie:



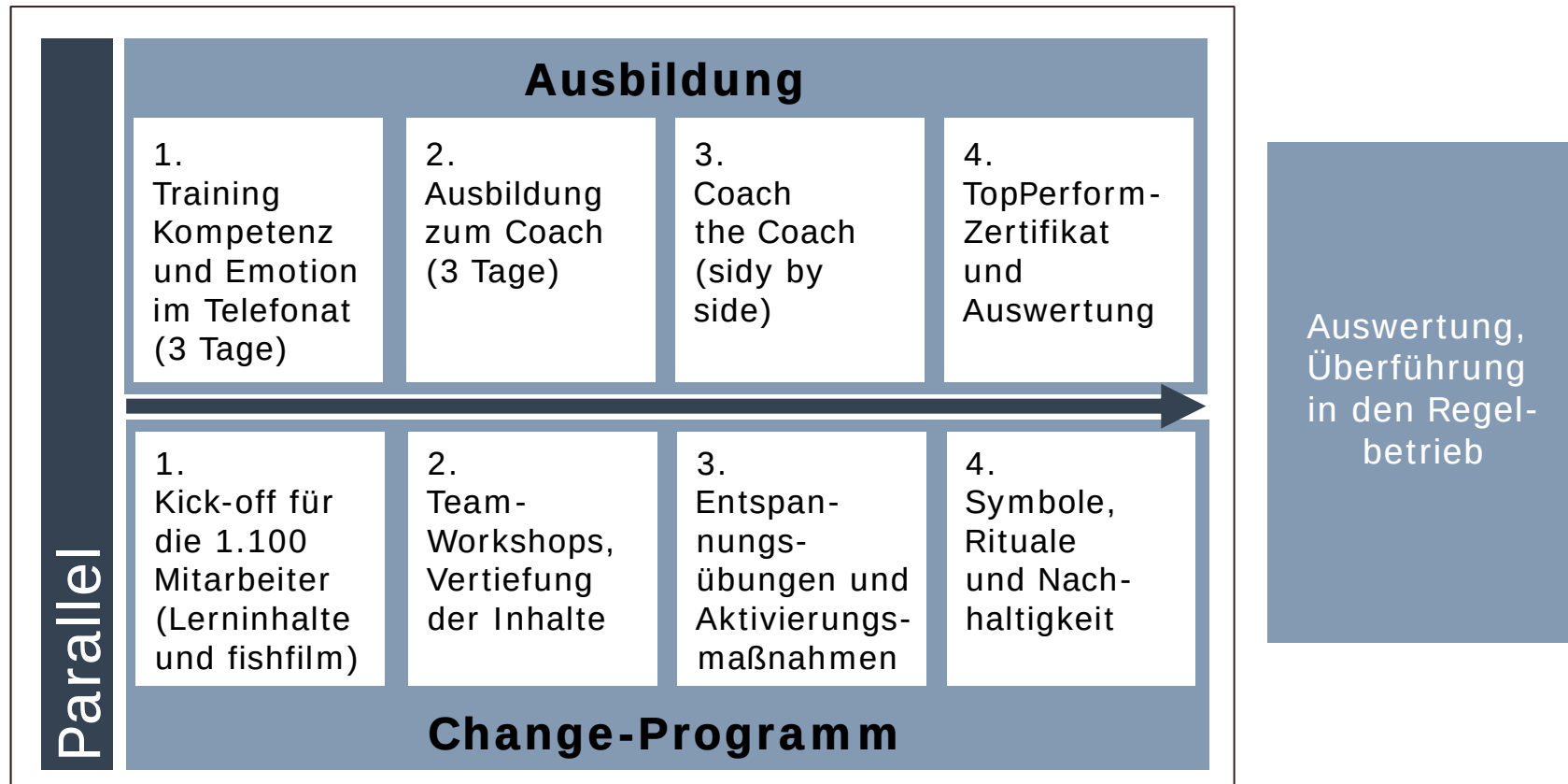


Die Vorgehensweise im Allianz Projekt

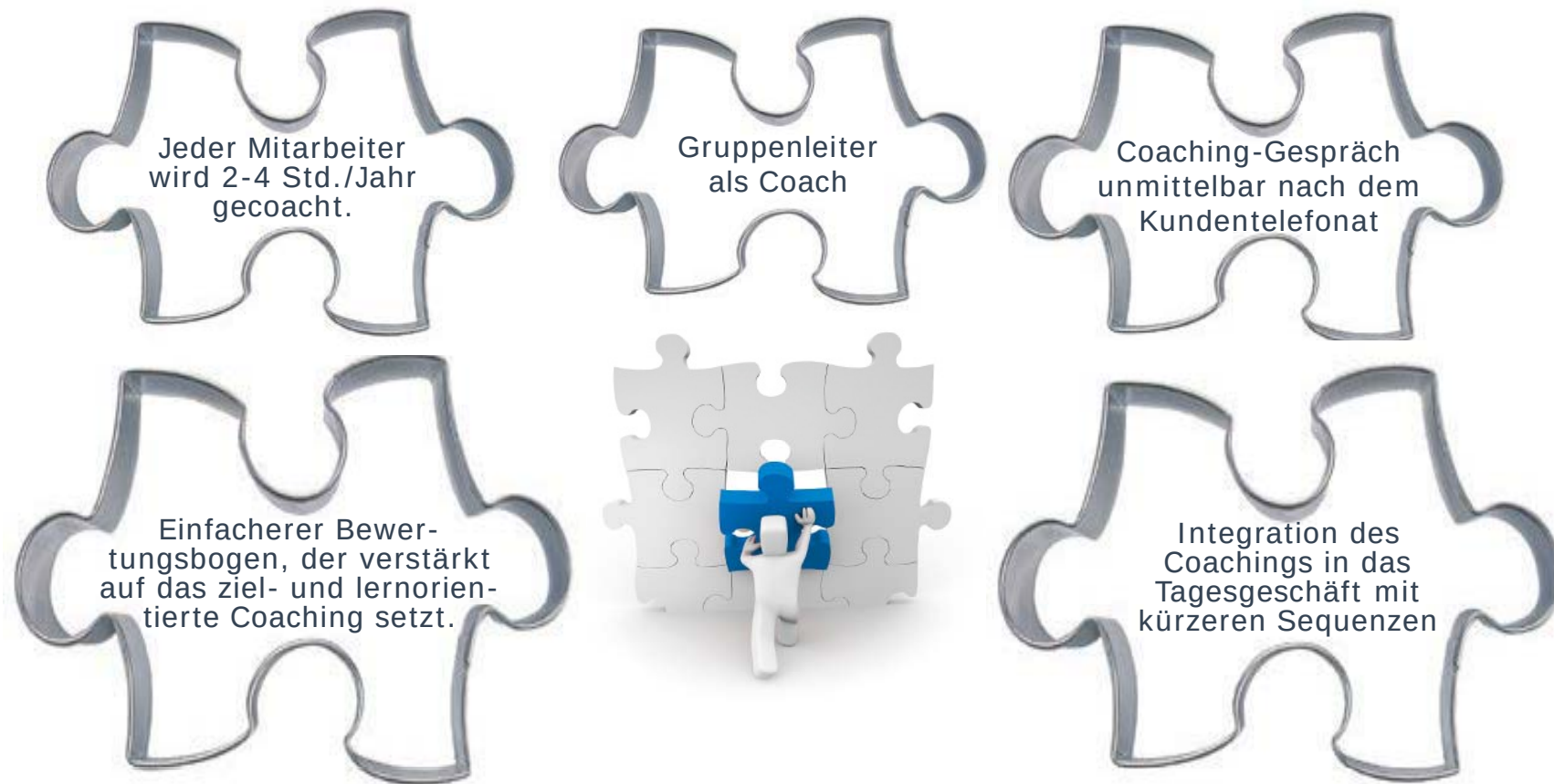


Operative Umsetzung und die Erfolge

Die Ausbildung der Coaches wird parallel begleitet durch die Change Agents.

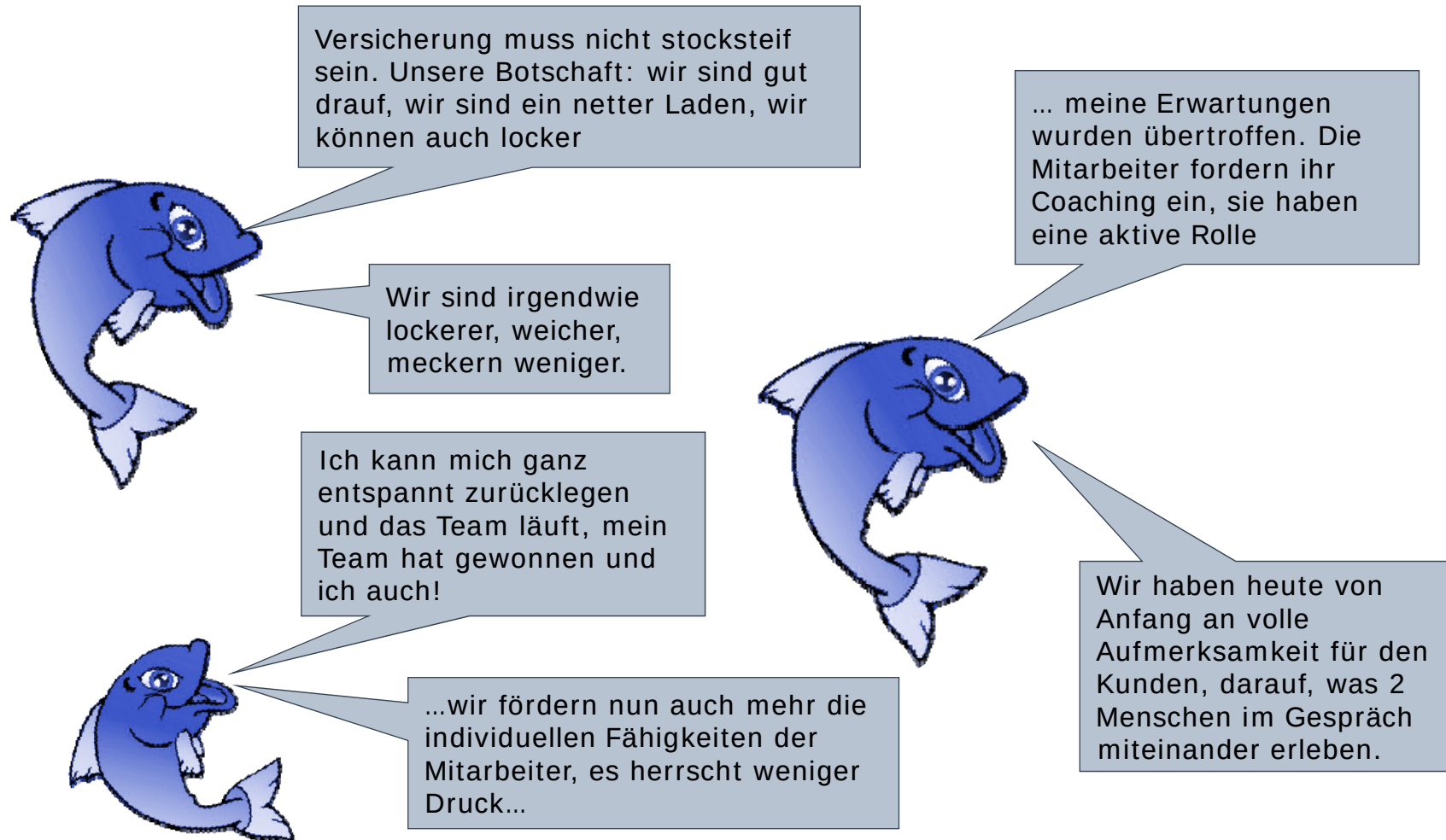


Der neue Coaching-Prozess wurde mit den Teamleitern erarbeitet



Eckpfeiler des Prozesses

Diese Veränderung hat neu motiviert - Rückmeldungen





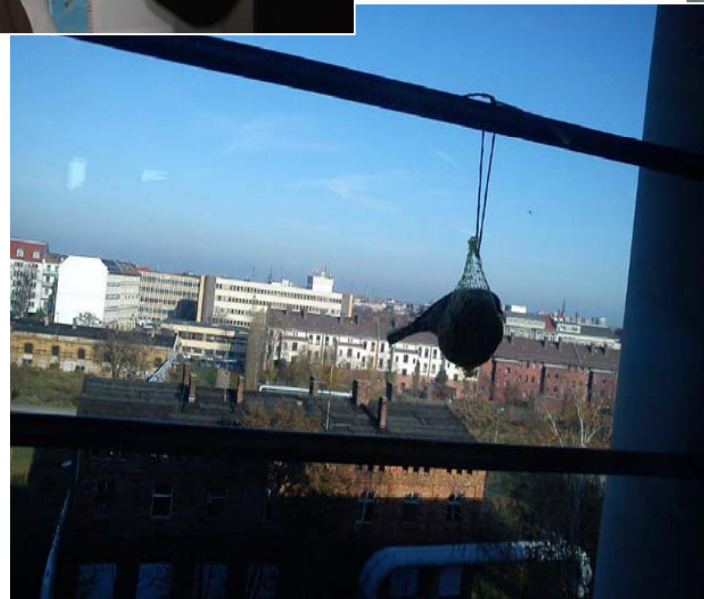
Papiertag 21.11.2011 ... und so am Abend



unsortiert



sortiert



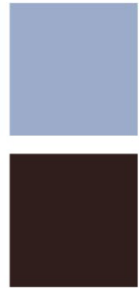


Fazit: Zielsetzung von „Emotional Power“

» **„Wie du willst“, sagte die Katze und
verschwand diesmal ganz allmählich,
von der Schwanzspitze angefangen,
bis hinauf zu dem Lächeln, das noch einige
Zeit zurück blieb, nachdem alles andere
schon verschwunden war.** «

Alice im Wunderland

In allen Kontakten ein gutes Gefühl, ein Lächeln hinterlassen
– beim Kunden, beim Kollegen und beim Mitarbeiter



Vielen Dank!

TOP-PERFORM

Managementberatung
für Wachstum und Performance
Helga Schuler

E-Mail: hs@top-perform.de

Web: www.top-perform.de

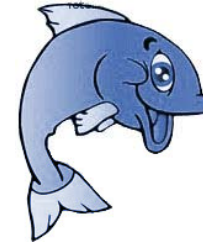
Telefon: 0 61 28 / 7 48 09 08

Mobil: 01 62 / 7 67 50 20





Die Umsetzung neues Coaching: Coachingbogen



Einstieg: (keine Dokumentation)

- Welche NPS-Bewertung glauben Sie, würde der Anrufer dem Gespräch geben? Welche NPS-Bewertung würde der Mitarbeiter/der Coach dem Gespräch geben?
- Warum sieht die Bewertung so aus?
- War eine „10“ möglich?

Leitfragen: (keine Dokumentation)

- Welches war das sachliche Anliegen des Anrufers?
- Was war der emotionale Hintergrund des Anrufers?
- Wie waren Ihre Emotionen als Mitarbeiter im Verlauf des Gespräches?
- Wie haben Sie das sachliche Anliegen gelöst?
- Wie sind Sie auf die Emotionen des Anrufers eingegangen?
- Wie sind Sie mit Ihren eigenen Emotionen umgegangen?

Auswertung: (einziger Punkt der dokumentiert wird)

- Was können wir aus dem Gespräch lernen?