

IHRE AKUSTISCHE VISITENKARTE: EMOTIONALE KUNDENANSPRACHE IN DER DIGITALISIERTEN WELT

Die Rolle des telefonischen Kundenservices verändert sich durch die Digitalisierung rapide. Vorbei die Zeiten der einfachen Auskünfte, beispielsweise zu Preisen und Lieferzeiten. Dank **Self-Service** buchen wir selbst Flüge um, drucken Eintrittskarten aus und erledigen vieles einfach mobil oder auch von zuhause aus.

WANN RUFEN WIR HEUTZUTAGE BEI UNTERNEHMEN AN?

Potentielle **Neukunden** melden sich beispielsweise bei **Fragen im Vorfeld** bei Ihnen. Bestehende Kunden rufen meist dann an, wenn sie selbst nicht mehr weiterkommen – das heißt, wenn Probleme oder Unklarheiten entstehen.

Ihr Kunde greift also zum Telefon und wählt Ihre Nummer. Sie haben nun über den Kontaktkanal Telefon einen sogenannten „**Moment of Truth**“ – den Moment, in dem Sie die Beziehung zu Ihrem Kunden weiter verfestigen können oder ihn emotional verlieren.

IHR WETTBEWERBSVORTEIL: EMOTIONALE CUSTOMER EXPERIENCE

Das ist Ihre Chance! Die Chance auf einen extrem persönlichen Austausch mit Ihrem Kunden. Emotionaler als am Telefon kann es nicht werden. Wo denn auch sonst in Zeiten von Chat-Bots, Messenger, Apps & Co.!?

Nutzen Sie diesen **emotionalen Faktor in der digitalen Welt** als Ihren Wettbewerbsvorteil. Zu 70% bestimmen unsere Emotionen, unser Bauchgefühl, ob wir kaufen oder nicht. Ihr akustisches Erscheinungsbild, also wie Ihr Kunde Sie am Telefon erlebt, ist daher von großer Bedeutung. Es entscheidet, ob sich Ihr Kunde willkommen und wertgeschätzt fühlt. Und welchen Eindruck er von Ihnen hat.

Das gilt besonders für die Kommunikation am Telefon. Denn dort sind alle **Wahrnehmungskanäle** ausgeschaltet, nur der Hörsinn bleibt. Ihr Kunde macht sich sein Bild von Ihnen hier einzig und allein mit seinen Ohren. Daher ist entscheidend, was Sie sagen und wie, also mit welchen Worten. Und wie professionell Sie ihn behandeln.

WIE BEGEISTERN SIE IHREN KUNDEN BEIM ANRUF?

1. Rollen Sie den roten Teppich aus.

Kennen Sie das? Sie rufen irgendwo an und es klingelt und klingelt und klingelt. Sie fragen sich, ob Sie die richtige Nummer haben oder ob irgendwo regionaler Feiertag ist und so langsam auch, ob die Firma Ihr Geld nicht will. Das Ende vom Lied: Bei Neukunden rutscht der Mauszeiger einen Suchtreffer weiter runter; Ihr Konkurrent freut sich.

Erreichbarkeit ist heute einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren. Kunden strafen Unternehmen gnadenlos ab, wenn diese schlecht erreichbar sind. Und nur wer erreichbar ist, macht das Geschäft. Die beste Werbekampagne bringt nichts, wenn bei Ihnen in Stoßzeiten keiner ans Telefon gehen kann.

Mit einer professionellen Begrüßungsansage heißen Sie Ihre Anrufer willkommen. In stets gleichbleibender Freundlichkeit – auch wenn's gerade stressig ist oder Sie mehr Anrufe haben als freie Hände. Dank der **automatischen Begrüßung** weiß Ihr Kunde, dass er richtig gewählt hat und sich gleich jemand um seine Wünsche kümmert.

Der wichtige psychologische Aspekt hierbei: Ihr Anrufer hat das Gefühl, bereits in Ihrem Unternehmen zu sein. Das erhöht die Hemmschwelle aufzulegen und hält ihn im

Kontaktkanal Telefon. **Channel-Hopping** ade! Außerdem bleibt er gedanklich bei Ihnen. Wartet er hingegen auf einen Rückruf, kann er sich in der Zwischenzeit mit Angeboten Ihrer Konkurrenz beschäftigen.

2. Ihr akustischer Wartesessel

Informieren und Unterhalten: die Zauberformel im Marketing – und der Grund, warum Storytelling derzeit boomt. Immer noch quälen einige Firmen ihre Anrufer mit „Für Elise“ und Kling-Klong.

Machen Sie es besser und bieten Sie Ihrem Anrufer einen **bequemen akustischen Wartesessel** an. Überbrücken Sie unvermeidliche Wartezeiten zum Beispiel mit hilfreichen Anwendungstipps, Infos zu neuen Produkten oder bestimmten Aktionen. Nett verpackt kommt Ihrem Anrufer die Wartezeit damit viel kürzer vor. Schließlich ist er abgelenkt, da es interessant ist zuzuhören.

Dank der Nutzung von Anrufverteil-Software/Contact-Center-Software wird die Nutzung der Warteschleife als vollwertiges Marketinginstrument zum Kinderspiel. Einfach neue Datei hochladen. Fertig!

3. Vom AB zum Wow-Effekt

Auch außerhalb der Servicezeiten ist ein professionelles Erscheinungsbild wichtig. Und hier bietet die Digitalisierung der Telefonanlagen mittels Contact-Center-Software eine perfekte Plattform für echte Hinhörer. Was meinen Sie wird Ihr Anrufer für große Ohren machen, wenn Sie ihn passend zur Uhrzeit begrüßen?

Tageszeitgesteuerte Ansagen machen das möglich. Und bieten die Möglichkeit, dass Sie unterschiedliche Infos nennen. Zum Beispiel abends einen Verweis auf die 24h-Notfallnummer, am Wochenende auf die Bestellmöglichkeit über den Webshop.

Ihre Visitenkarten lassen Sie professionell gestalten. Schließlich ist der erste Eindruck wichtig. Doch der zählt natürlich auch am Telefon. Mit professionellen Telefonansagen ist Ihnen Ihr perfektes Erscheinungsbild sicher. Sie zeigen Ihrem Anrufer direkt, was Sie bieten: Professionalität, Zeitgeist, Sympathie, Erreichbarkeit. Dank ausgefeilter Texte wird Ihr Anrufer freundlich aufgefangen – so, als wären Sie selbst dran gegangen.

VOM KNOW-HOW ZUM DO-NOW

Wir alle haben eine bestimmte Vorstellung, wie uns die Kunden wahrnehmen sollen. Greifen Sie doch mal zum Hörer und rufen Sie sich selbst an. Ist das, was Sie da hören, auch wirklich das, was Sie transportieren möchten? Wirken Sie so professionell, wie Sie es möchten?

Damit Ihr **telefonischer Auftritt ein echter Erfolg** wird, muss alles perfekt passen – wie ein akustischer Maßanzug. Sie sind schließlich einzigartig! Vom Textkonzept über die Auswahl von passender Stimme und Musik bis hin zum korrekten Dateiformat sind somit viel Erfahrung und Fingerspitzengefühl gefragt.

KOSTENLOSES EXPERTEN-FEEDBACK

Lassen Sie sich Experten-Feedback geben! Ihre aktuellen Ansagen werden aufgezeichnet und Sie bekommen konkrete Tipps, was gut ist und was noch verbessert werden kann.

IHRE KOMPLETTLÖSUNG

MCA als Experte für den Point of Communication kooperiert mit der Fa. Media Sound Design. Zusammen mit den Spezialisten bieten wir Ihnen einen Komplettservice aus einer Hand: Contact-Center-Software, Erarbeitung der benötigten Callflows, Telefonieabläufe, Integration der Sprachtexte, Musikansagen und implementieren dann die Komplettlösung. Lassen Sie sich beraten.

Ihr direkter Ansprechpartner:

Michael Knauff, Geschäftsführer

Tel.: +49 2402 – 86559-55

Mail: mknauff@mca-gmbh.de



Point of
Communication®

Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns einfach:

MCA GmbH

Gesellschaft für Kommunikationslösungen
Steinfurt 37 · 52222 Stolberg (Rhd.)

Tel.: 02402 – 86559-0

E-Mail: vertrieb@mca-gmbh.de

Web: mca-gmbh.de

