

E-LEARNING

Niveau 2



Kofinanziert von der Europäischen Union

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

WA06: Besucher/Kundenservice

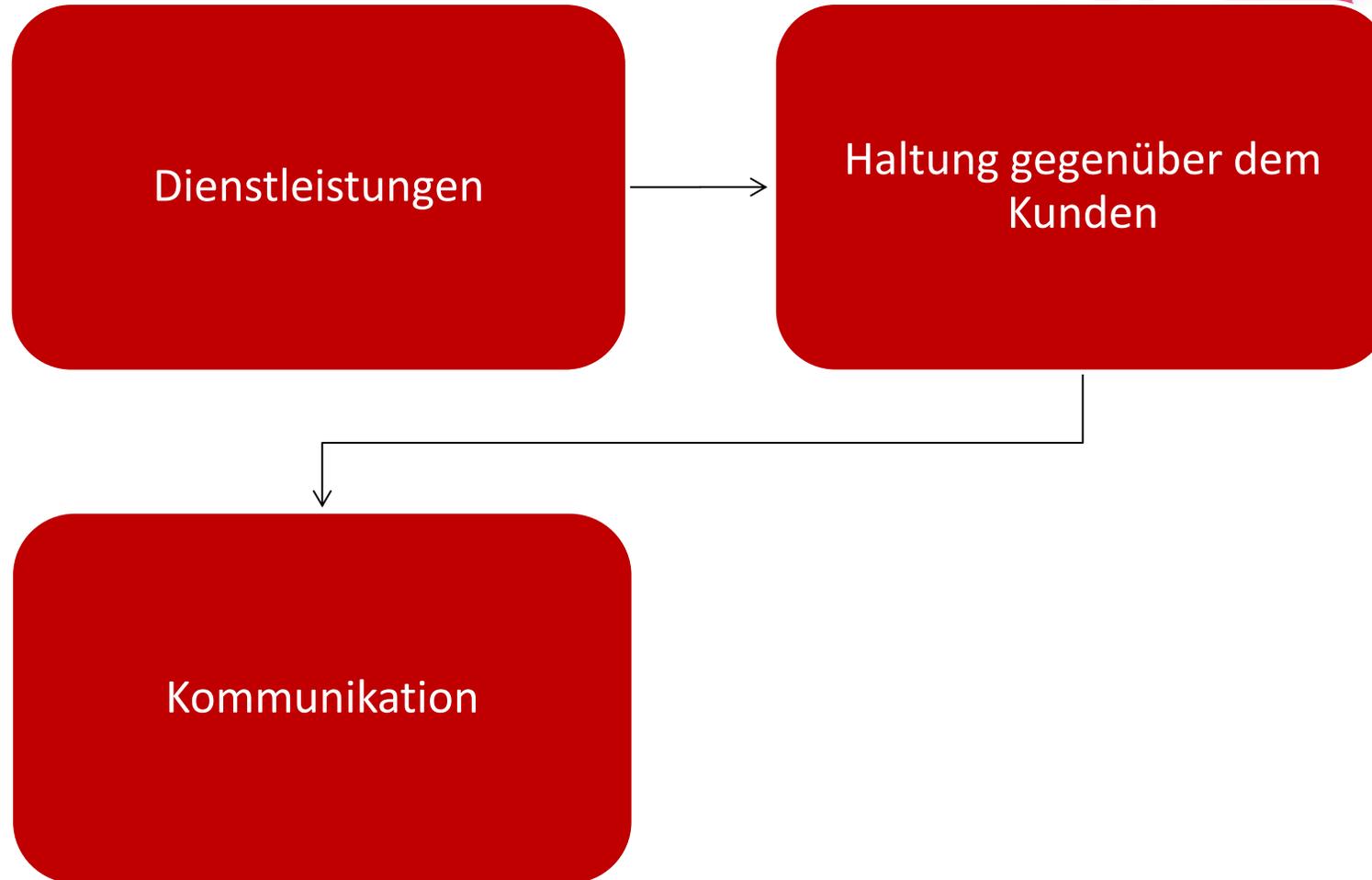
Professionalität im Umgang mit Besuchern und Kunden

LO2.14 Demonstration der Fähigkeit, Besucher und Kunden in professioneller Weise zu begrüßen, den Zweck ihres Besuchs zu erkennen und ihnen während der Wartezeit das Gefühl zu geben, willkommen zu sein.

LO2.15 Demonstration der Fähigkeit, im Umgang mit Besuchern und Kunden einen angemessenen Tonfall und eine angemessene Körpersprache zu verwenden.

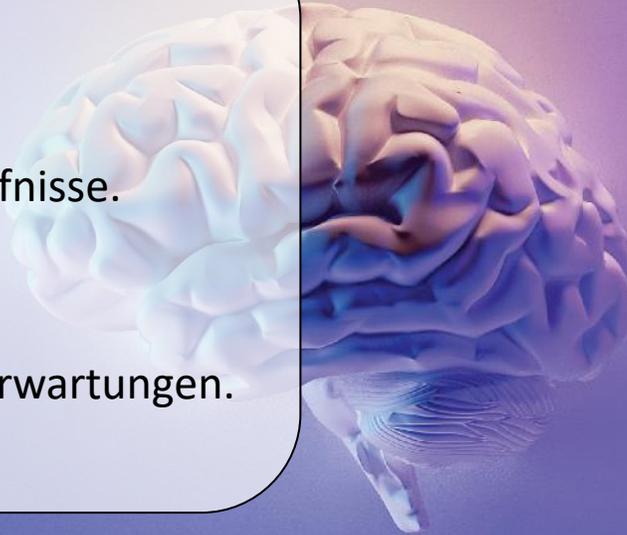
LO2.16 Demonstration eines grundlegenden Verständnisses der Grundsätze der Kundenbetreuung und Fähigkeit, diese wirksam anzuwenden, einschließlich der Fähigkeit, Routineprobleme mit einfachen Regeln zur Zufriedenheit von Besuchern und Kunden zu lösen





- **Kunden kaufen:**

- Die Befriedigung ihrer Bedürfnisse.
- Die durch die Dienstleistung hervorgerufenen Gefühle - Erwartungen.



Was Kunden bei uns kaufen

- **Bedürfnisse und Erwartungen:**

- Erfordernisse:

- Sie sind der Grund, warum unsere Kunden zu uns kommen.
- Sie sind das, was der Kunde haben sollte.
- Technische Dimension" des Kundendienstes.

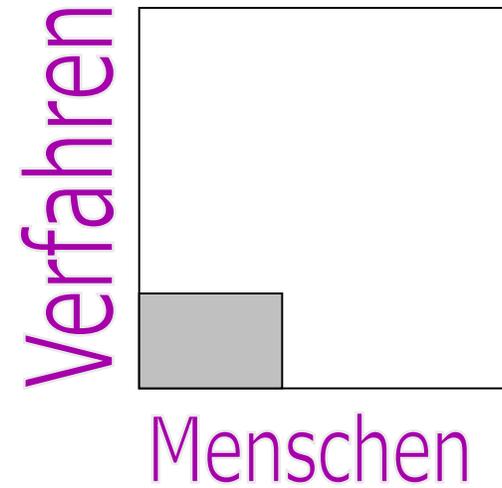
- **Bedürfnisse und Erwartungen:**
 - Erwartungshaltung:
 - Sie sind das, was sich der Kunde mehr wünscht - Kundenzufriedenheit.
 - Die "menschliche Dimension" des Kundendienstes.

- **Qualität der Dienstleistungen:**

- Die Kundenbetreuung umfasst den Intellekt und die Emotionen, den Verstand und das Herz".
- Man sollte andere so behandeln, wie man von anderen behandelt werden möchte".

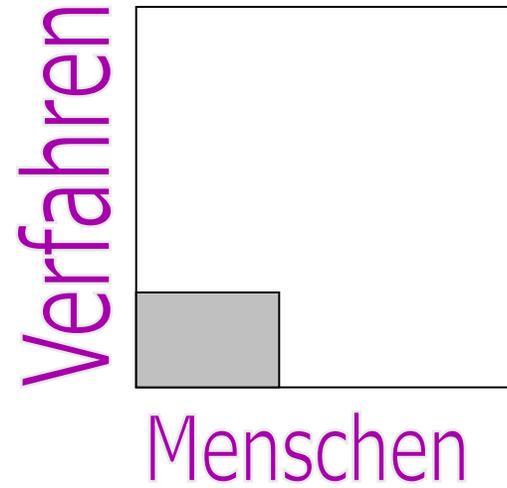
4 Arten von Dienstleistungen

1. Es ist uns egal.



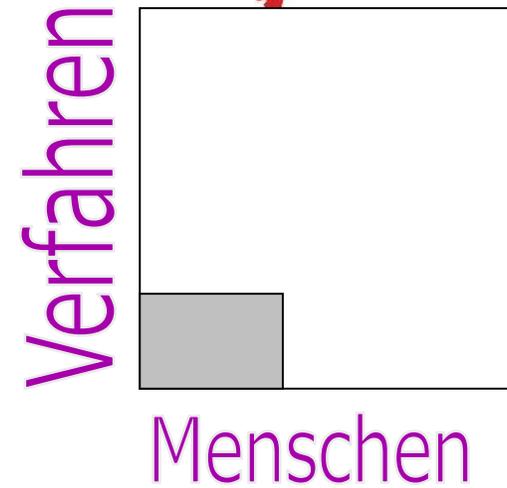
4 Arten von Dienstleistungen

2. Der Kunde ist eine Nummer.



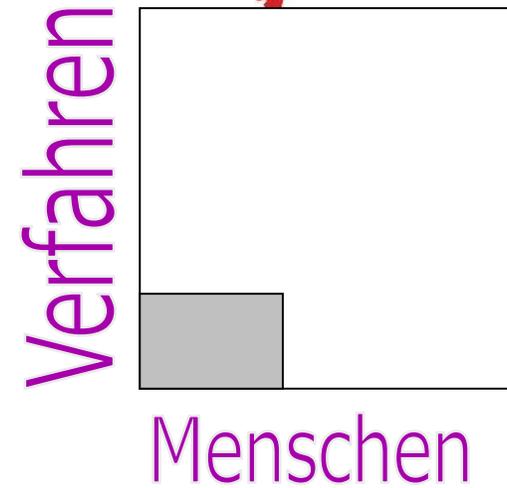
4 Arten von Dienstleistungen

3. Wir geben uns große Mühe, aber wir wissen nicht, was wir tun.



4 Arten von Dienstleistungen

4. Wir kümmern uns um Sie und wissen, wie wir Ihnen helfen können.

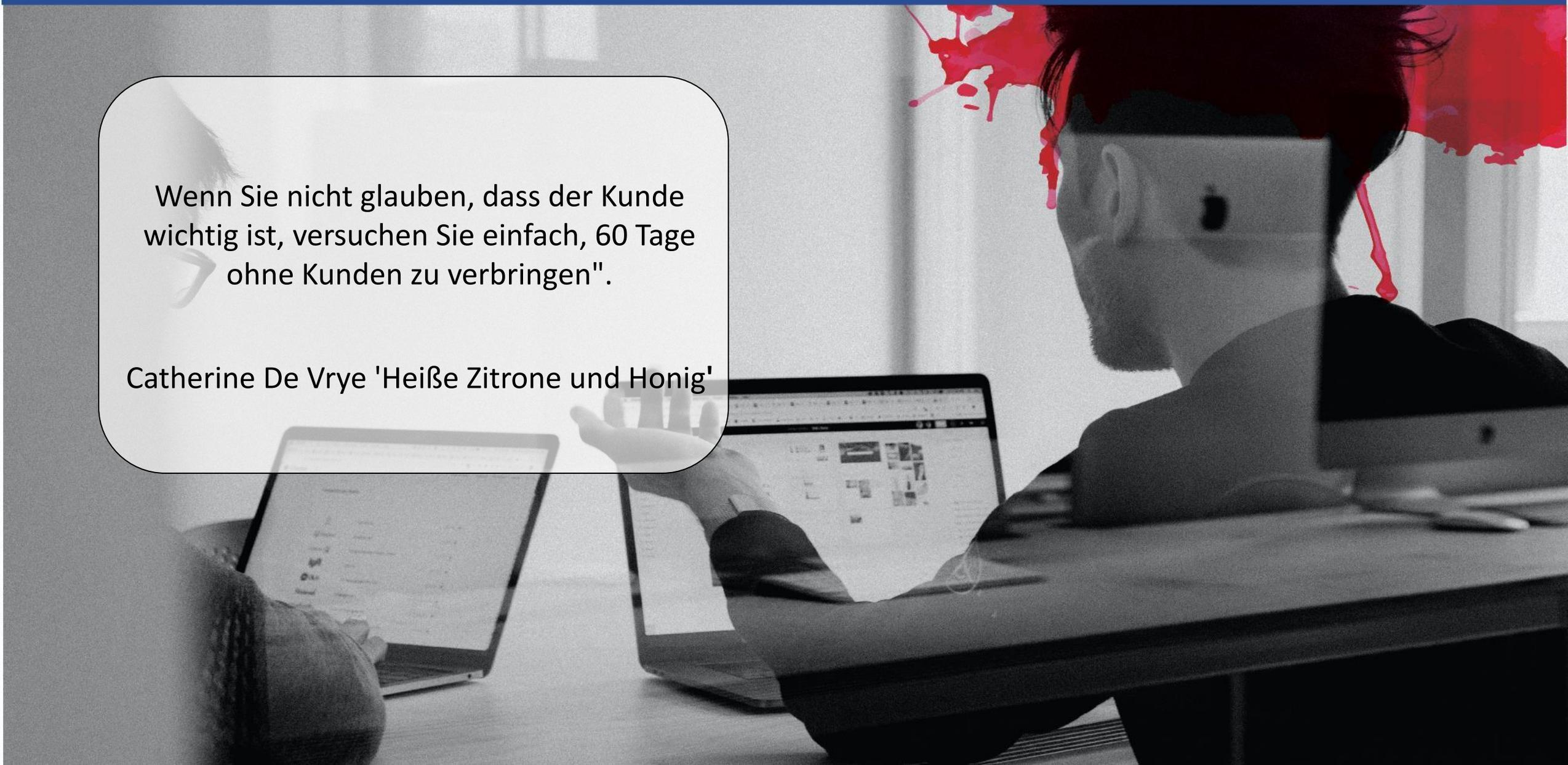


- 8 von 10 unzufriedenen Kunden berichten in ihrem Freundeskreis über ihr Problem.
- Es wird geschätzt, dass 7 von 10 unzufriedenen Kunden wieder zum Unternehmen zurückkehren, wenn das Problem, das sie mit dem Unternehmen haben, sofort gelöst wird.



Wenn Sie nicht glauben, dass der Kunde wichtig ist, versuchen Sie einfach, 60 Tage ohne Kunden zu verbringen".

Catherine De Vrye 'Heiße Zitrone und Honig'





LO2.14 Demonstration der Fähigkeit, Besucher und Kunden auf professionelle Weise zu begrüßen, den Zweck ihres Besuchs zu erkennen und ihnen während der Wartezeit das Gefühl zu geben, willkommen zu sein.

EUPA_LO2.14_001



Verstehen Sie den Zweck des Rollenspiels!

Nutzen Sie alle in der Diashow vorgestellten Techniken
und Tipps zur Kommunikation!



LO2.14 Demonstration der Fähigkeit,
Besucher und Kunden in professioneller
Weise zu begrüßen, den Zweck ihres
Besuchs zu erkennen und ihnen während
der Wartezeit das Gefühl zu geben,
willkommen zu sein.
EUPA_LO2.14_002



Unterschiedliche Kundentypen, immer professionell!

Nutzen Sie alle in der Diashow vorgestellten Techniken
und Tipps zur Kommunikation!

Haltung gegenüber dem Kunden

- Sie sprechen scharf mit dem Kunden und beleidigen ihn, Sie erkennen kein Recht in ihm an, Sie bestehen darauf, dass er an allem schuld ist und Sie an nichts, Sie haben keine interaktive Kommunikation mit ihm, sondern versuchen ihm zu sagen, was Sie sagen wollen, ohne ihm überhaupt zuzuhören



- Sie sind bereit, dem Kunden alles anzubieten, was er wünscht, ohne Vorbehalte.
- Sie fühlen sich unterdrückt und gezwungen zuzugeben, dass Sie immer falsch liegen, Sie ergreifen keine Initiative und entwickeln keine Phantasie und Kreativität, Sie können die Schwachstellen Ihres Unternehmens nicht entdecken, weil Sie sich nicht damit auseinandersetzen, Sie versprechen Dinge, die Sie nicht halten können, und Sie haben generell die Einstellung eines gescheiterten Profis.

Haltung gegenüber dem Kunden

- erkennt die Rechte, aber auch die Pflichten beider Parteien an. Das gleichberechtigte Verhalten basiert auf dem Gedanken, dass der Kunde als Person und als jemand, der Rechte und Pflichten hat, behandelt werden muss, und nicht als Geld oder Nummer in unserer Kundschaft.

Wie Sie Kunden begrüßen sollten

- Professionelles Verhalten
- einfaches *Hallo* ist nicht genug
- **LÄCHELN!**
- Kunde soll sich willkommen fühlen
- Zuhören
- Unternehmen kennenlernen
- Aufrichtig sein
- Unvergesslich sein



- **Techniken**

- Begrüßung
- Händedruck
- Wir verwenden "Herr" und "Frau" und sprechen jemanden mit seinem Nachnamen an (es sei denn, der Kunde erlaubt uns, ihn mit seinem Vornamen anzureden).
- Sprechen Sie den Kunden mit seinem Nachnamen an.
- Sorgen Sie dafür, dass sie es bequem haben (Sitzgelegenheit, fragen Sie, ob sie etwas zu trinken möchten).

Der Kunde soll sich wie zu Hause fühlen

Verwenden Sie die richtige Körpersprache. Sie ist der Schlüssel dazu, dass sie sich willkommen fühlen:

Verlassen Sie Ihren Computer für eine Weile und achten Sie auf die Person.

Beginnen Sie ein neutrales Gespräch und stellen Sie sicher, dass Sie keine negativen Gefühle oder Konflikte verursachen.

Tipps, damit sich die Kunden willkommen fühlen:

1. Geben Sie den Kunden die Hoffnung, dass sie an der richtigen Adresse sind.
2. Halten Sie die Wartezeiten so kurz wie möglich.
3. Vor allem Erstkunden benötigen besondere Aufmerksamkeit.
4. Stellen Sie eine menschliche Verbindung her.
5. Verwechseln Sie nicht Kundenzufriedenheit mit Loyalität.
6. Der erste Eindruck zählt immer noch.
7. Personalisieren Sie das Erlebnis: Kunden sind einzigartig.

Tipps für einen Wartebereich, in dem sich die Kunden willkommen fühlen:

1. Fernsehen oder Musik
2. Attraktive und entspannende Dekoration
3. Getränke
4. Süßigkeiten
5. Prospekte/Zeitschriften

Demonstrieren Sie:

1. Geduld
2. Achtsamkeit
3. Klare Kommunikationsfähigkeiten
4. Kenntnisse über das Produkt
5. Fähigkeit, "positive Sprache" zu verwenden
6. Schauspielerische Fertigkeiten
7. Zeitmanagement-Fähigkeiten
8. Die Fähigkeit, Kunden zu "lesen"
9. Eine beruhigende Präsenz
10. Zielorientierter Fokus
11. Fähigkeit, mit Überraschungen umzugehen
12. Überredungskünste
13. Fähigkeit zum Schließen
14. Bereitschaft zum Lernen

Fragen Sie:

1. *Wie kann ich Ihnen helfen? Hören Sie sich zunächst seine (ihre) Anfrage genau an*
2. **Graben Sie ein bisschen tiefer:** *Kann ich Ihnen sonst noch irgendwie helfen?*
3. **Verstehen Sie die Verwendung Ihres Produkts oder Ihrer Dienstleistung:** *Für welchen speziellen Fall verwenden Sie X?*



LO2.14 Demonstration der Fähigkeit,
Besucher und Kunden in professioneller
Weise zu begrüßen, den Zweck ihres
Besuchs zu erkennen und ihnen während
der Wartezeit das Gefühl zu geben,
willkommen zu sein.
EUPA_LO_2.15_001



Verschiedene Szenarien von Kunden, immer passende Körpersprache!

Sie werden eine Rolle spielen, bei der Sie nur Ihre Körpersprache einsetzen, um zu zeigen, dass sie mit Besuchern umgehen können!



LO2.14 Demonstration der Fähigkeit,
Besucher und Kunden in professioneller
Weise zu begrüßen, den Zweck ihres
Besuchs zu erkennen und ihnen während
der Wartezeit das Gefühl zu geben,
willkommen zu sein.
EUPA_LO_2.16_01



LO2.16 Kreative Gruppenarbeit!

In Gruppen von 4 oder 5 Spielern müsst ihr ein Poster zum Thema Kundenbetreuung erstellen und dabei verschiedene Materialien verwenden!

Gefühle

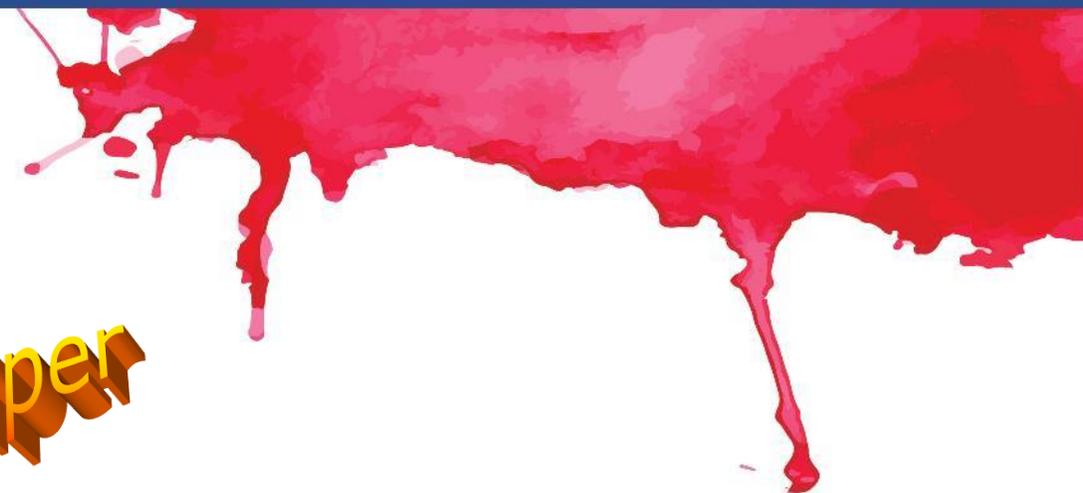
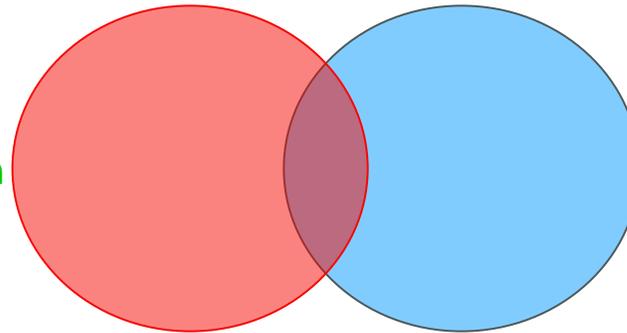
Körper

Interne Kommunikation

Externe Kommunikation

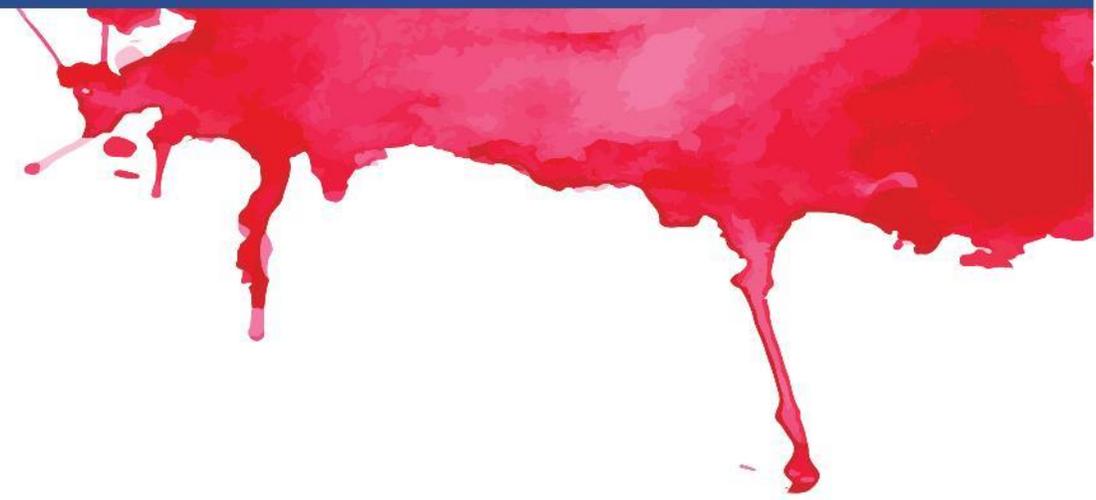
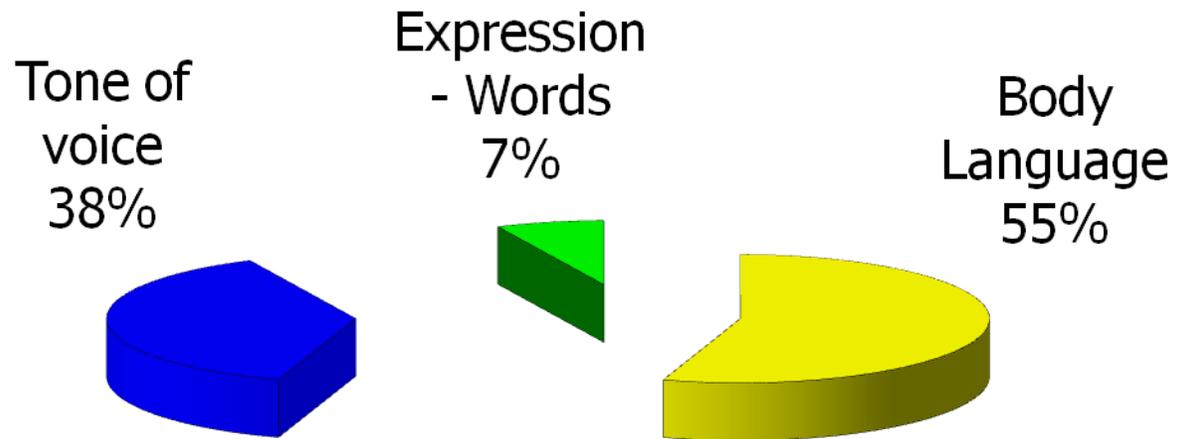
Ideen

Stimme



- Fröhlich "Guten Morgen" sagen
- Scharf "Guten Morgen" sagen
 - Was verwenden wir in der Kommunikation?
 - Um wie viel Prozent ist jeder einzelne betroffen?





- **Sprechen: WAS und WIE wir etwas sagen**

- Klang der Stimme: WIE wir etwas sagen
- Sprache/ Worte: WAS wir sagen

- **Körpersprache: WIE wir etwas sagen**

- Körperhaltung
- Gesten
- Grinst
- Grad der Entspannung



- Lautstärke (hoch, niedrig)
- Tonfall (hoch, tief, aggressiv, defensiv, abwertend, entschuldigend usw.)
- Rhythmus (auch anhand der Zeichensetzung)
- Farbton (weich, hart, emotional, metallisch usw.)
- Geschwindigkeit (langsam, schnell, moderat)
- Haltung" (stark, schwach, subtil, Standard usw.)
- Betonung (Akzentuierung bestimmter Wörter)
- Absicht (die Stimme verrät, ob das, was Sie sagen, das ist, was Sie wirklich fühlen)

- **Warme oder kalte Umgebung?**
- **Das erste Mal, dass wir jemanden treffen:**
 - Natürlich, weich, warm und freundlich ☑ Vertrauen und Begeisterung.
- **Argumente zu Fragen:**
 - Positiv, energisch, stabil und ein leicht erhöhter Ton.
- **In Opposition oder Feindschaft:**
 - Entspannend, beruhigend, mit leiserem Tonfall, beruhigend und versöhnlich.
- **Zum Abschluss der Präsentation/Gesprächsrunde:**
 - Energetisch, positiv, warm und ruhig.



Unsere Stimme - Tonfall

- 65 % der Kunden bevorzugen einen "lockeren" Umgangston mit ihren Support-Mitarbeitern.
- Seien Sie ein Mensch, kein Roboter.
- Obwohl die Kunden im Allgemeinen einen menschlichen, freundlichen Ton bevorzugen, ist jede Support-Interaktion anders. Ein Servicemitarbeiter muss in der Lage sein, die Situation einzuschätzen und angemessen zu reagieren.
- Umgangssprachliche Ausdrücke sind manchmal unangemessen.



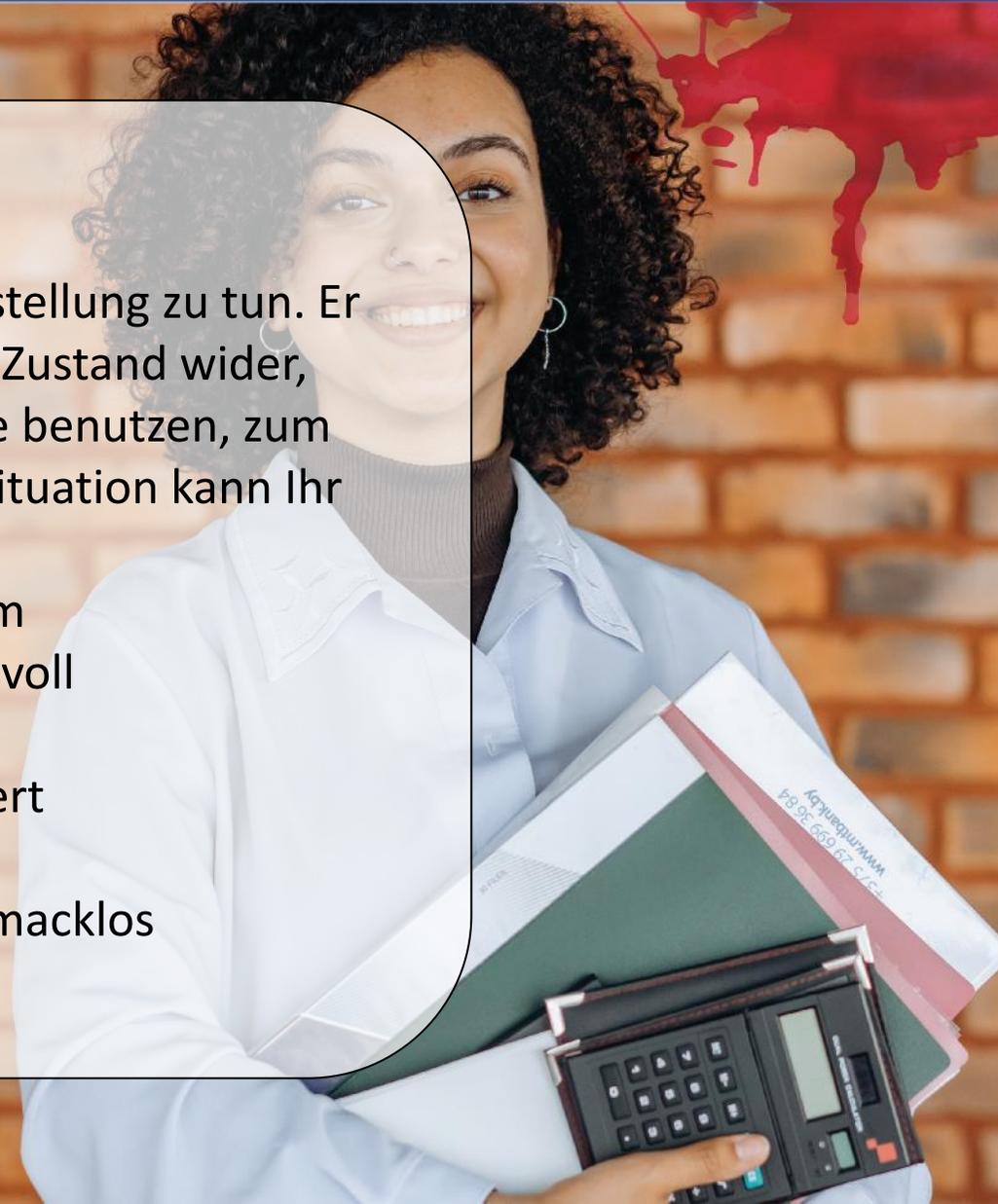
Praktische Hinweise zur Stimme

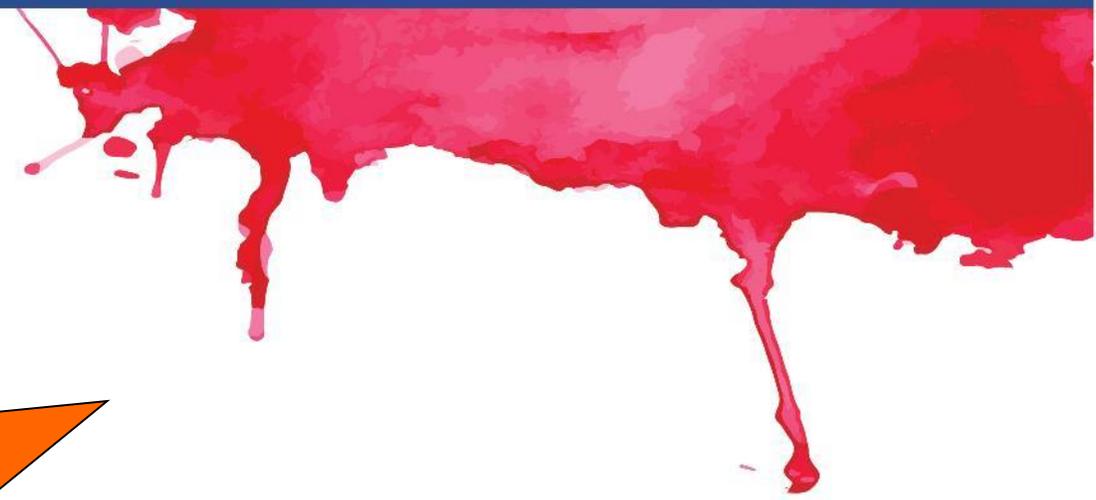
- Stellen Sie die Lautstärke Ihrer Stimme ein.
- Betonen Sie, was in Ihrem Satz wichtig ist.
- Setzen Sie Punkt, Komma, Ausrufezeichen, Fragezeichen und alle Satzzeichen. Sie werden geschrieben, weil sie verwendet werden.
- Verwenden Sie einen angemessenen Ton. Weder aggressiv, noch nachgiebig.
- Pusten Sie dem Kunden nicht in die Ohren.
- Sprechen Sie klar und deutlich.
- Achten Sie auf Ihre Artikulation.
- Sprechen Sie "überzeugend".
- Sprechen Sie in einem lebhaften Rhythmus. Vermeiden Sie es, die andere Person zu ermüden.



Der Tonfall hat viel mit der Einstellung zu tun. Er spiegelt Ihren emotionalen Zustand wider, der durch die Worte, die Sie benutzen, zum Ausdruck kommt. Je nach Situation kann Ihr Tonfall so sein:

- humorvoll und unterhaltsam
- einfühlsam und verständnisvoll
- freundlich und gesprächig
- formell, aber nicht distanziert
- elegant und lässig
- zwanglos, aber nicht geschmacklos





**tone must evolve to meet the
needs of the specific
customer you're talking to**

Unsere Stimme - Tonfall

- Gehen Sie einfühlsam auf die Bedürfnisse des Kunden ein. Wenn sie sich über etwas besonders ärgern und einfach nur ihr Problem gelöst sehen wollen, ist es keine gute Idee, Witze zu machen .
- Wenn ein Kunde verärgert ist, bleiben Sie ruhig, zeigen Sie Einfühlungsvermögen und HÖREN Sie zu.
- Andererseits, wenn der Kunde auf eine Art und Weise zurückschreibt, die darauf hindeutet, dass er bereit ist, mitzuspielen, ist gegen ein bisschen Humor in Ihrem Inhalt nichts einzuwenden (wenn er mit Diskretion eingesetzt wird).



LO2.15 Demonstration der Fähigkeit, im Umgang mit Besuchern und Kunden einen angemessenen Tonfall und eine angemessene Körpersprache zu verwenden.

Körpersprache

- Gesichtsausdrücke
- Gesten
- Körperbewegungen
- Körperhaltung
- Augenkontakt





Menschlicher Kontakt besteht meist aus Gesten, Körperhaltungen, Positionen und Entfernungen, als aus irgendeinem anderen Vorgang!

Sind nonverbale Signale angeboren oder erworben?



Sind nonverbale Signale angeboren oder erworben?

- Ein großer Teil der nonverbalen Signale, die wir verwenden, ist erworben:
 - Ihre Bedeutung hängt von der jeweiligen Kultur ab!

Nonverbale Kommunikation



Nonverbale Kommunikation



Nonverbale Kommunikation



Wir sollten nicht sagen

- Nein
- Ich kann nicht
- Unmöglich
- Hör zu!
- Falsch



- **Wir verwenden:**

- Das Präsens
- Das Futur sparsam einsetzen
- Kleine und lange Sätze

- **Wir sprechen:**

- Mit positiven Worten und Ausdrücken, die Optimismus ausstrahlen.



Kommunikation

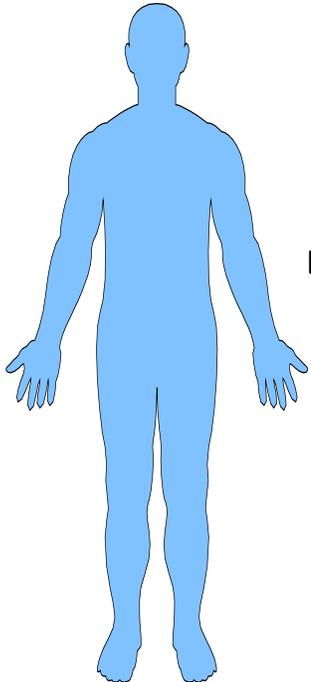
Kommunikation ist weder nur verbal noch nur nonverbal. Sie ersetzen sich nicht gegenseitig. Sie ergänzen sich gegenseitig.



Halten Sie Abstand

Intimer Abstand

15 - 46 cm



Wir betrachten dies als unser Eigentum und der Zutritt ist Eltern, Ehepartnern, Liebhabern, Verwandten und engen Freunden gestattet.

Persönlicher Abstand

46 cm - 1,2m

Der Abstand, den wir auf einer Party, bei sozialen Begegnungen und freundschaftlichen Veranstaltungen zu anderen einhalten.

Sozialer Abstand

1,2 - 3,6 m

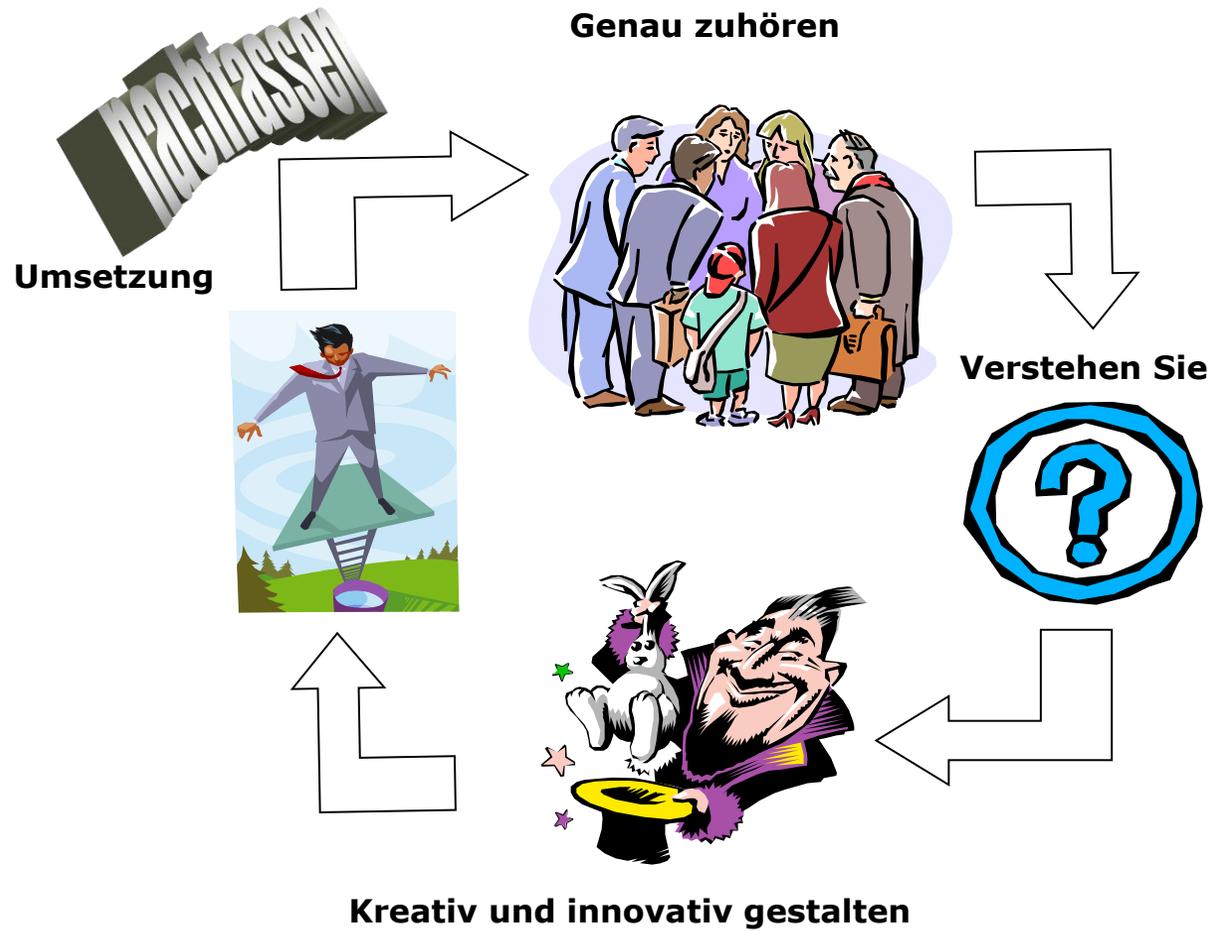
Die Distanz, die wir zu Menschen wahren, die wir nicht kennen, wie dem Postboten, einem neuen Kollegen usw.

Öffentlicher Abstand

3,6 m και άνω

Normalerweise stehen wir in diesem Abstand, wenn wir vor einer großen Gruppe von Menschen sprechen.

Immer daran denken



Erinnern Sie sich:

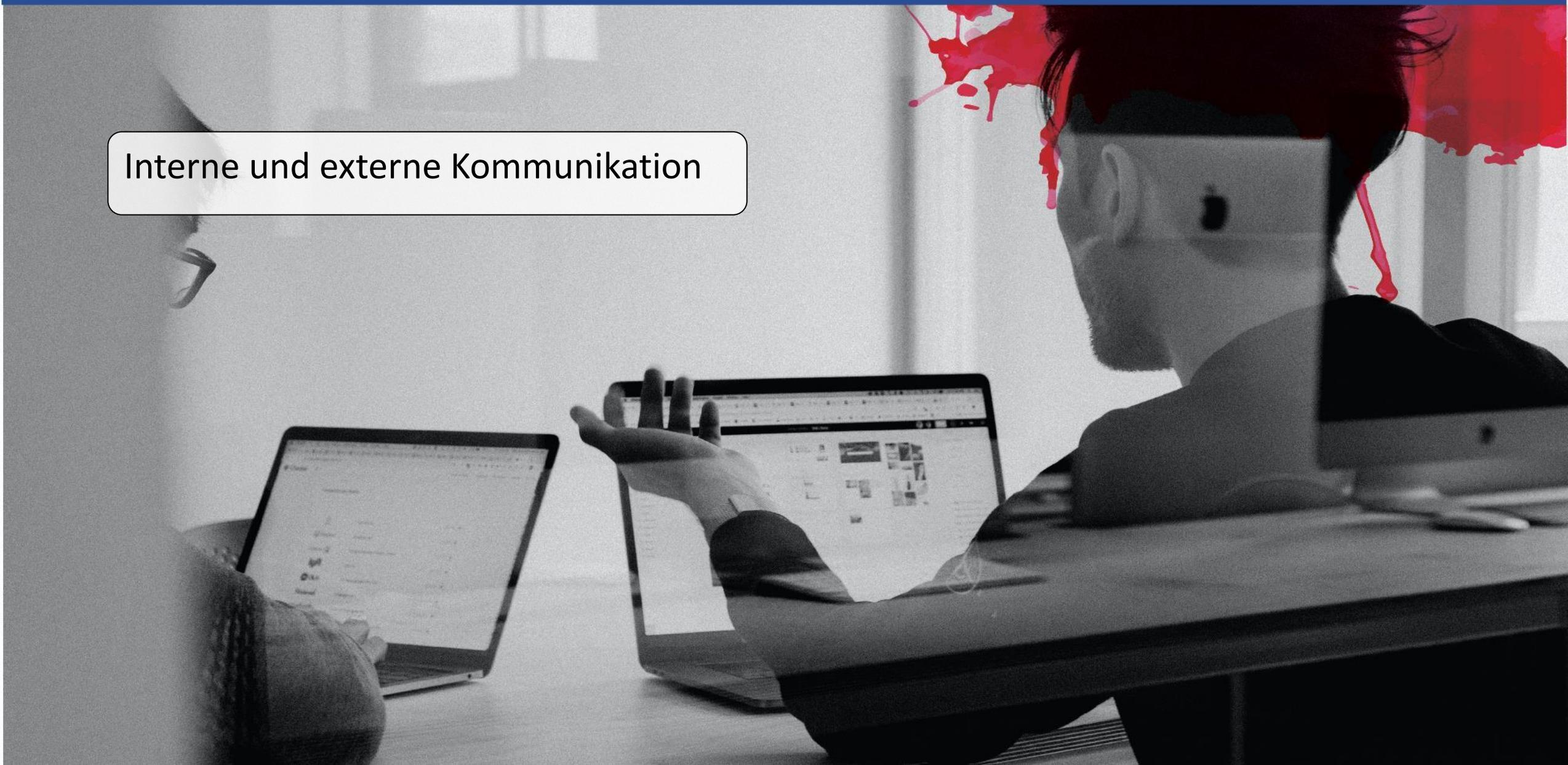
- Kundenbetreuung ist Teamarbeit
- Hören Sie auf Ihre Kunden! Sie nutzen das Produkt oder die Dienstleistung, die Sie verkaufen
- Verhalte dich nicht wie ein Roboter, sondern wie ein Mensch
 - Einfühlungsvermögen zeigen
 - Flexibel sein

ABER NICHT ZU FLEXIBEL! FALLSTUDIE FOLGT

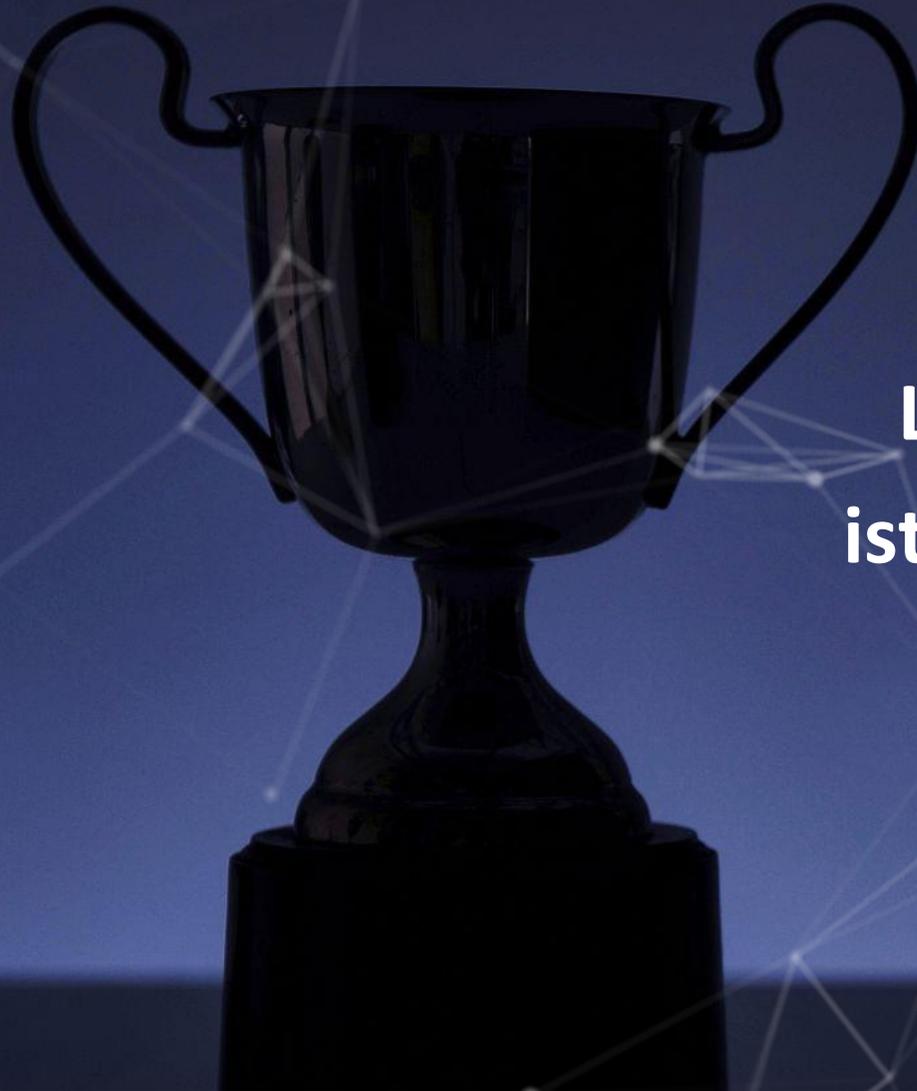
Frage 1

Welche Techniken sorgen dafür,
dass sich die Besucher wie zu
Hause fühlen?

Interne und externe Kommunikation



Gut gemacht!



**Lerneinheit 2.8
ist abgeschlossen!**



**Kofinanziert von der
Europäischen Union**

Von der Europäischen Union finanziert. Die geäußerten Ansichten und Meinungen entsprechen jedoch ausschließlich denen des Autors bzw. der Autoren und spiegeln nicht zwingend die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.

