

SOS im Call Center

Tag für Tag strömen Tausende von Anrufen ins Call Center. Acht Stunden und mehr am Tag werden die Call Center-Agenten vom Unternehmen aufgefordert, sich kraftvoll einzubringen und dafür zu sorgen, dass die ankommenden Gesprächspartner schnell, freundlich, kompetent und zuverlässig betreut werden.

Die Arbeit im Call Center ist sehr schnell, dynamisch und stressig. Klar ist, dass die Call Center-Agenten für diese Arbeit eine Vielfalt von Kompetenzen brauchen, um die gewünschte kunden- und ergebnisorientierte Unternehmensstrategie mit Freude und Spaß umsetzen zu können.

Was heißt eigentlich Kompetenz?

Nimmt man den Duden zur Hand, erfährt man u. a. folgendes zu „Kompetenz“ bzw. „kompetent sein“: Zuständigkeit, maßgeblich befugt zu sein. Bringt man das in den Call Center-Kontext, so ist der Agent kompetent, der seine Kompetenz so umsetzt, dass er sich



FOTO: REEDWING

für sein Aufgabengebiet im Call Center zuständig fühlt und auch maßgeblich befugt ist, Ergebnisse bzw. Resultate durch das Einbringen seiner Kompetenz zu erzielen.

Kompetenzen im Call Center

Fakt ist, dass es im Call Center um den Kontakt zu und mit Menschen geht. Aus diesem Wissen heraus stellen sich die Fragen: Welche Kompetenzen braucht es in der Funktion als Agent im Call Center, um den Wünschen der Kunden und um den Anforderungen des Unternehmens gerecht zu werden? In der Praxis wird aus unserer Sicht deutlich, dass für einen erfolgreichen Umgang mit den Menschen, besonders am Telefon, Kompetenzen in den Bereichen verbale Kommunikation, Gesprächsführung, Kundenorientierung, Emotionalität, d.h. Umgang mit den Gefühlen, als auch Regenerierungsfähigkeit wesentlich sind. Dies sind stark ausgeprägte persönliche und soziale Kompetenzen, die es in der Arbeit im Call Center zu erfüllen gilt.

Die verbale Kommunikation am Telefon ist geprägt durch das Aufnehmen, das Empfangen dessen, was der Anrufer gerne mit-

teilen möchte. Dies geschieht einerseits durch aufmerksames Zuhören, andererseits durch das Vermitteln, das Senden von Botschaften und Informationen. D.h. dem Gesprächspartner werden Fakten, Wissen und ein Gefühl von sachlicher Kompetenz und Wertschätzung vermittelt, welche ihn erweitern und ihm fortführende Handlungsmöglichkeiten zur Umsetzung seiner Wünsche bieten.

In der professionellen Gesprächsführung mit den Kunden und Interessenten in einem Call Center-Kontakt ist es von großer Bedeutung, schnell und präzise zu erfassen, wo die jeweiligen Gesprächsteilnehmer stehen, was sie brauchen oder sich wünschen oder was der Agent ihnen darüber hinaus vermitteln und anbieten kann. Aufgrund der großen Unterschiedlichkeit der Anrufer ist es wichtig, dass sich der Agent jedesmal neu auf die jeweilige Person einstellt, diese individuell erfasst und sich auch neu entscheidet, was er dem jeweiligen Gesprächspartner geben will.

Im Sinne einer hohen, d.h. effektiven Kundenorientierung und Kundenbetreuung über das Telefon sollte den Anrufern immer das Gefühl vermittelt werden: Hier bei uns im Unternehmen sind Sie gut aufgehoben, werden wertschätzend und kompetent betreut, und wir freuen uns, dass Sie unser Kunde sind. Damit die oben beschriebene wertschätzende Kundenorientierung nicht nur eine Phrase ist, beziehungsweise eine Forderung des Managements, sondern als eine echte und ehrliche Form der Kundenorientierung und -betreuung umgesetzt werden kann, ist eine Erweiterung der Kompetenzen im bewussten Umgang mit Gefühlen wesentlich. Diese Fähigkeit nennt man die „Emotional-Kompetenz“¹⁾ aus der Energo-logie nach Kapur.

MEHR POWER DURCH EMOTIONALE REAKTION

Mehr Power durch „Emotional-Kompetenz“¹⁾ aus der Energo-logie nach Kapur
Mindestens 95 Prozent der Inhalte, die in der Call Center-Kommunikation vermittelt werden, finden auf einer Ebene statt, die unsichtbar und nicht hörbar ist – aber fühlbar.
Die Gefühls-wahrnehmung ist viel höher, wenn man den Menschen hört und nicht sieht. Das Ohr ist das sensibelste Organ des Menschen.
Eine Informationsvermittlung ist immer auch eine Gefühlsvermittlung!

Als Call Center-Agent kann ich nur das Gefühl weitergeben, z.B. an den Kunden, was ich selbst habe/lebe.

Je intensiver ein Gefühl mitgeteilt wird, um so deutlicher kann es erkannt werden.
Sympathie und Antipathie sind Wahrnehmungen im Gefühl und auch am Telefon spürbar.
Ein Gefühl/eine Emotion ist immer mächtiger als ein Gedanke. Deswegen braucht es einen bewussten Umgang mit Emotionen im Call Center.

SOS-Stimmung für den Agenten im Call Center ist dann angesagt, wenn die Anrufer Unsicherheiten als auch Schwierigkeiten kommunizieren und diese geklärt bzw. gelöst haben möchten. Oder wenn eine Flut von Beschwerden ins Call Center strömt, die zum Beispiel ausgelöst wurde durch die Bekanntgabe von Preiserhöhungen, die im Allgemeinen eine erste Unzufriedenheit beim Kunden entstehen lassen. Häufig sind die Anrufer schon ungeduldig, gereizt oder aggressiv, wenn sie an einer Stelle nicht so weiterkommen, wie sie gern möchten, oder weil sie selbst unzufrieden sind mit der neuen Situation. Die aufkommenden Emotionen, wie Wut, Aggression, Unverständnis etc., werden dann an die Person abgeleitet, die sie als ersten Ansprechpartner haben, hier also den Call Center-Agenten als „Unternehmensvertreter“.

Wissenschaftliche Erkenntnisse aus unserer Arbeit bestätigen, dass diese Emotionalität den Call Center-Agent am meisten Kraft kostet und dass dieser, wenn er die „Emotional-Kompetenz“⁽¹⁾ nicht bewusst einsetzt,

im Laufe der Zeit bald verbraucht ist und unter Erschöpfungszuständen (zum Beispiel Müdigkeit, Gereiztheit) leidet oder im Extremfall dem Burnout-Syndrom unterliegt.

An dieser Stelle wird deutlich, dass eine bewusste und gelernte Umgangsweise mit Emotionen für den Call Center-Agenten

sehr wichtig und förderlich ist. Dies gilt für den Agenten als auch für den Kunden, der sich sicherlich freut, wenn er einfühlsam, verständnisvoll und sensibel betreut wird.

Wird der Agent mit Emotionen konfrontiert, ist es wesentlich, ein starkes, reales

Selbst-Bewusstsein zu haben, um den jeweiligen Anrufer

1. in seinem negativen Gefühl zu akzeptieren,
2. ihn auffangen zu können, d.h. wahrnehmen, was helfen könnte,
3. differenzieren zu können, dass das vermittelte Gefühl das des Anrufers ist und nicht das Gefühl des Agenten (außer er macht es dazu), um



Arbeit im Call Center kostet auf Dauer viel Kraft. Wer seine Emotionen unter Kontrolle hat, kann bessere Leistung erbringen.

Seminare für Call Center-Mitarbeiter

Know how zum Personalmanagement

- 63** **Potentialeinschätzungs- und Auswahlverfahren auf internen Arbeitsmärkten**
Wie Sie unternehmensintern die geeigneten Mitarbeiter für CC - Aufgaben finden

Hamburg
15.02.-16.02.2001

Know how Transfer zur Führungsverantwortung im Call Center

- 44** **Rhetorik als Persönlichkeitstraining**
Sicher und überzeugend auftreten - der Schlüssel zu Erfolg und Zufriedenheit

Hamburg 08.02.-09.02.2001

- TL** **Teamleiter - Kolleg**
Kompaktausbildung (max. 12 Teilnehmer)

Hamburg 20.02.-23.02.2001
und 20.03.-23.03.2001

Erfahrungsgemäß
schnell ausgebucht!

Spezialthemen

- 51** **Inbound Kompaktseminar**
Basiswissen für Team/Gruppenleiter

Hamburg 12.02.-14.02.2001

Kunden- und serviceorientierte Gespräche führen

- 01** **Gut aufgelegt - erfolgreiche Akquisitionsgespräche am Telefon**
Outbound - Basisseminar zur systematischen Interessenten- und Kundenansprache

Hamburg 05.02.-07.02.2001

- 07** **Kühlen Kopf behalten - Reklamationen als Chance nutzen**
Umgang mit Beschwerden und konfliktträchtigen Sachverhalten

Hamburg 26.02.-28.02.2001

- 05** **Aber Hallo - mit Zahlungsmuffeln verbindlich argumentieren**
Gesprächsführung mit säumigen und zahlungsunwilligen Kunden

Hamburg 26.02.-28.02.2001

Gerne schicken wir Ihnen unseren Seminarkatalog, einfach anfordern: **Tel. 040 - 89 79 20 00 - Fax: 040 - 89 79 21 99**
Weitere Informationen zu Inhalten und Kosten finden Sie unter www.profitel.de

profitel AKADEMIE
Luruper Chaussee 125 · 22761 Hamburg · Tel.: 040 - 89 79 20 00 · Fax: 040 - 89 79 21 99
e-mail: akademie@profitel.de

Themen-
vorschau
Februar
2001

Call Center
Seminare

profitel
CALL CENTER
AKADEMIE

www.profitel.de

4. bereit zu sein, ihm ein positives Gefühl von Annahme, Verständnis etc. vermitteln zu wollen.

Hierfür ist ein fundiertes Wissen im Umgang mit Gefühlen bzw. Emotionen erforderlich, das zuerst erlernt werden muss, um es dann gezielt umsetzen und weiter vermitteln zu können. Ein möglicher erster Schritt kann sein, sich in den unterschiedlichen Situationen im eigenen Gefühl wahrzunehmen. Zu reflektieren: Wie geht es mir jetzt? Wie fühle ich mich im Kontakt mit den Anrufern? Was kommt bei mir an? Wie gehe ich damit derzeit um? Was sind die Resultate daraus? Was für Handlungsmöglichkeiten habe ich derzeit? Wie will ich in Zukunft damit umgehen? Wie erfolgreich ist die daraus resultierende Umsetzung?

Immer wieder bekommen Berater zu hören: „Die Arbeit im Call Center kostet auf Dauer viel Kraft.“ Das ist nicht verwunderlich, denn die permanent erforderliche hohe Aufmerksamkeit auf die individuellen Gesprächsteilnehmer, die hohe Informations-

flut, die innerhalb kürzester Zeit aufgenommen und verarbeitet werden will, als auch die „non-stop“-blinkenden Lichter am Rand des Bildschirmes, die die Masse der Anrufer anzeigt, die noch in der Warteschleife sind und schnell bedient werden wollen, brauchen eine wache Präsenz. Ansonsten kosten sie auf Dauer einfach viel Kraft und fördern den Erschöpfungszustand des Agenten, der, wenn er sich nicht bewusst eine Möglichkeit der Regenerierung schafft, auch bald verbraucht ist. Um diesem Zustand vorzubeugen und um eine kraftvolle sowie profitable Umsetzung zu gewährleisten, ist es hilfreich, seinen eigenen energetischen Zustand mehrmals täglich bewusst wahrzunehmen und bei sinkendem Energie-Level, wie zum Beispiel durch Müdigkeit, Lustlosigkeit, Kon-

Quellenhinweis:
 1 IFE Institut für Energieologie Hannover, Abteilung Wirtschaftsforschung, Projekt „Das Management der Zukunft“, entstanden unter Beteiligung von Beratungsunternehmen aus der Wirtschaft, die die theoretisch-wissenschaftliche Forschung um den praktischen Erfahrungswert aus der Wirtschaft ergänzen. Dazu gehören u.a. SHL, Sonja Herzog-Lang und Partner, PMS Personal Master Systems mit ihren Kunden und Partnern. Das innovative Forschungsergebnis daraus ist das „3-Dimensionale Management“, die „Emotional-Kompetenz“ ist ein wesentlicher Bestandteil der Ausbildung im „3-D-Management“.

FAZIT

Als Call Center-Agent braucht man vor allem starke persönliche und soziale Kompetenzen.

Die Kompetenz der Kommunikation ist wesentlich für den faktischen Austausch von Informationen zwischen Kunden und Agenten.

Die Kompetenz der Gesprächsführung beinhaltet das professionelle Führen von Gesprächen.

Die Kompetenz der Kundenorientierung vermittelt dem Anrufer das Gefühl: hier bei uns im Unternehmen sind Sie gut aufgehoben, werden wertschätzend und kompetent betreut, und wir freuen uns, dass Sie unser Kunde sind.

Die Kompetenz der Regenerierungsfähigkeit ist notwendig, um nicht dem „Burnout“ zu unterliegen.

Ein regelmäßiges und professionelles Coaching der Call Center-Agenten ermöglicht eine konstruktive Entwicklung für die Agenten.



Die Jobmesse für Fach- und Führungskräfte

30. März 2001
 10 – 20 Uhr

München
 Forum der Technik

EINTRITT FREI



Schwerpunktthema

COMMUNICATION CENTER VERTRIEB

Es erwarten Sie:

- über 50 Unternehmen mit lukrativen Jobangeboten
- Stellenbörse
- kostenlose Karriere-Kurzberatungen
- Bewerbungsunterlagen-Check
- Workshops: Kommunikations- und Kreativitätstraining
- spannende Vorträge
- Autorenforum
- Medientisch

www.karrieretag.de

KARRIERETAG GmbH
 Pappenheimstr. 5
 80335 München
 Tel. 0 89 / 59 99 56-56
 Fax 0 89 / 59 99 56-59
 E-Mail: info@karrieretag.de

SPECIAL GUEST: Prof. Dr. Helmut Thoma

KURZ-MEDI FÜR CC-AGENTEN

Diese kleine Übung ist sehr gut für Call Center-Agenten geeignet, die sich kurz und intensiv auffrischen wollen. Sie findet im Stehen statt. Bitte stellen Sie sich mit beiden Beinen fest auf den Boden. Als nächstes schließen Sie die Augen und konzentrieren sich auf sich selbst. Jetzt atmen Sie tief und bewusst ein, und zwar: von den Füßen, hoch in die Waden, in die Gesäßmuskeln, in den Bauch, in die Rippen, bis in die Lunge – hier machen Sie eine Atempause von ca. drei Sekunden. Danach atmen Sie von der Lunge nach unten in der gleichen Reihenfolge wieder aus, solange bis Sie bei den Füßen angekommen sind. Hier machen Sie wieder eine Atempause und die Übung beginnt von Neuem. Führen Sie am besten diese Übung dreimal hintereinander bei geöffnetem Fenster durch.

zentrationsschwäche, Frustration etc., sofort (!) dafür zu sorgen, dass man sich wieder mit neuen Energien anfüllt. Dies kann durch eine Pause, durch Atem- oder Entspannungsübungen, eine kurze und erfrischende Gymnastik oder durch eine Powerintervention mit richtiger Ernährung sein.

Coaching als Entwicklungsarbeit und Unterstützung professioneller Arbeit

Um einen konstruktiven Umgang mit seinen Gefühlen und seinen Energiepotenzialen zu erlernen, ist es hilfreich, einen kompetenten und verantwortungsvollen „Coach“

an der Seite zu haben, der in den individuellen Situationen Unterstützung oder Beratung geben kann – zum Beispiel dann, wenn der Call Center-Agent nicht mehr weiter weiß oder wenn er einen Impuls braucht, um anders im Kontakt mit den Anrufern oder mit sich selbst vorgehen zu können als bisher gewohnt. Aus unserer Erfahrung ist es wünschenswert, dass diese Coachingarbeit auch von der Führungskraft, die den Bereich verantwortlich leitet, umgesetzt und gestaltet wird. Jedoch auch ein erfahrener externer Coach kann hilfreich sein.

► SILKE A. HANNOVER,
SONJA HERZOG-LANG



► Silke A. Hannover ist Beraterin für Call Center-Themen und Kommunikation bei Sonja Herzog-Lang und Partner

E-Mail: silke.hannover@herzog-lang.de



► Sonja Herzog-Lang ist Betriebspädagogin, Geschäftsführerin und Beraterin für Organisations- und Personalentwicklung

E-Mail: sonja@herzog-lang.de

Infos unter

0 64 31.50 10-0
www.josttele.de

Wenn Sie zu Ihren Kunden
nicht schweigen wollen.

Bei **jost** communication finden Sie qualifizierte Unterstützung im **Inbound- und Outboundbereich**. Mit unseren zahlreichen Call-Center-Services (z. B. Tele-Sales, E-Mail-Service, Hotlines) stellen wir die professionelle Schnittstelle zu Ihren Kunden dar. Vertrauen Sie auf 16 Jahre Markterfahrung. **Rufen Sie uns an.**

jost
communication