

## Blick in die Gegenwart -Entwicklungstrends Nachwort im Buch „Ganz einfach... erfolgreich telefonieren“ (2009)



*„Früher war auch die Zukunft viel besser.“*

KARL VALENTIN (1882-1948), Deutscher Komiker

### Schön, Sie mal wieder zu sehen!“ - Ein Beratungsgespräch im Jahr 2020

Peter G. bereitet sich gerade auf das anstehende Beratungsgespräch vor. Der Kunde Paul Praktiker wurde von ihm schon vor Wochen per E-Mail zum Thema Altersvorsorgecheck akquiriert. Nach zwei kurzen zusätzlichen Informationen, stimmt Herr Praktiker der ihm per E-Mail zugestellten Besprechungseinladung für das heutige Gespräch zu. Auf dem Bildschirm von Peter G. erscheint verknüpft mit dem im Kalender eingetragenen Termin automatisch die bisherige Kontakthistorie samt Kundenportfolio. Über eine Suchanfrage bringt er alle bisher schon gespeicherten „weichen Informationen“ auf den neuesten Stand und sieht, dass Paul Praktiker erst vor zwei Wochen in den Vorstand des örtlichen Fußballklubs gewählt wurde. Er überlegt, diese Information für den Einstieg in das Gespräch zu nutzen.



Pünktlich zur vereinbarten Uhrzeit meldet sein Rechner das Gespräch an. Mit einem Klick auf den Bestätigungsbutton baut das System die Verbindung zu dem Kunden auf. Ein akustisches Signal zeigt ihm, dass die Verbindung steht und auf dem Bildschirm erscheint der Avatar des Kunden, den viele Benutzer statt eines Livevideobildes über den Rechner vorschalten, damit sie nicht sofort von der Kamera erfasst werden. „Er muss sich wohl erst die Frisur richten“, schmunzelt Peter G. und lächelt in seine Kamera. Ein kleines Kontrollfenster am rechten unteren Rand des Bildschirms zeigt ihm das Bild, das nun von seinem Rechner an den Kunden gesendet wird. Fast im gleichen Moment verschwindet der Avatar und das Livebild des Kunden erscheint auf dem Bildschirm. „Schön Sie mal wieder zu sehen, Herr Praktiker!“ begrüßt Peter G. seinen Kunden und beginnt die Videokonferenz.

Mit einer kurzen Kontaktphase steigt er in das Gespräch ein, um dann direkt zum Thema zu kommen. Um den Kunden für die Problematiken der privaten Altersvorsorge zu sensibilisieren, spielt er auf den Bildschirm des Kunden einen dreiminütigen Videofilm ein, der von seiner Marketingabteilung als Verkaufsunterstützung zur Verfügung gestellt wurde. Der Film zeigt anhand einiger Zahlen und Beispiele sehr plastisch die Auswirkungen einer ungenügenden Rentenversorgung und wird von Peter G. zeitgleich kommentiert.

Anschließend gehen die beiden gemeinsam am Bildschirm eine Checkliste des Beratungsprogramms durch, in die sowohl Paul Praktiker als auch Peter G. Eintragungen über die eigene Tastatur vornehmen. Die Fragen der Checklisten führen automatisch zu einem Beratungsergebnis mit zwei alternativen Vorschlägen, die Peter G. erläutert. Dabei arbeitet er in dem Dokument am Bildschirm, indem er über das Grafiktablett an seinem Arbeitsplatz mit einem elektronischen Stift bestimmte Textstellen farbig hervorhebt und mit eigenen Anmerkungen versieht. Nach einigen kleinen Veränderungen an der

Vertragsgestaltung wird das gesamte Dokument als Beratungsprotokoll abgespeichert und steht dem Kunden und Peter G. zur sofortigen Archivierung zur Verfügung.

Paul Praktiker entscheidet sich für Variante 2 und Peter G. bereitet den Abschluss vor, indem er eine verschlüsselte Datei an den Kunden sendet. Dieser öffnet das Sicherheitszertifikat und bestätigt den Vertragsabschluss, indem er seinen Daumen auf den Fingerprintleser presst und per Mausclick den Vorgang abschließt.

Nach dem geschäftlichen Teil des Gespräches kommen die beiden mit ein wenig Small Talk zum Ende.

### **Science-Fiction oder schon funktionierende Technik**

Natürlich ist der an dieser Stelle geschilderte Ablauf noch Zukunftsmusik, nicht jedoch die dargestellten Möglichkeiten. Alle in diesem Beispiel beschriebenen Vorgehensweisen und die Hard- und Software gibt es bereits heute und sie funktioniert sogar. Im geschäftlichen Bereich fristet die schon vor über 10 Jahren entwickelte Technik derzeit noch ein Schattendasein. Einige wenige multinational agierende Konzerne nutzen diese Kommunikationsmöglichkeit intensiv, um Reise- und Konferenzkosten zu sparen. In der privat- und mittelständischen Kundschaft werden diese Möglichkeiten nicht genutzt und sind teilweise noch nicht einmal bekannt.



### **Die Frage ist nicht, ob es so kommen wird, sondern vielmehr, wann genau es so kommen wird**

Schauen wir uns jedoch das Nutzungsverhalten von Jugendlichen und jungen Erwachsenen an, so bekommt das Thema einen anderen Stellenwert. So sind laut ARD/ZDF Onlinestudie 2009<sup>1</sup> 96,1 Prozent der 14-29-Jährigen gelegentliche oder regelmäßige Onlinenutzer. Über 70 Prozent in dieser Altersgruppe nutzen regelmäßig Messaging-Dienste, also Anwendungen, mit denen die dargestellten Möglichkeiten der Beratung bereits heute nutzbar sind. Darüber hinaus zeigt gerade der sprunghafte Anstieg bei der Nutzung multimedialer Inhalte, dass die Einführung der Breitbandtechnik auch nachhaltige Veränderungen im Nutzungsverhalten mit sich gebracht hat und das nicht nur bei den jüngeren Internetnutzern. Man kann also davon ausgehen, dass mit dem Einstieg der jetzt 14-29-Jährigen in das aktive Berufsleben der Gebrauch dieser technischen Anwendungen ganz selbstverständlich in den Arbeitsalltag integriert werden und in spätestens 10 Jahren genauso selbstverständlich genutzt werden, wie heute ein Mobiltelefon.

Das Internet und das Telefonnetz wachsen zusammen - daran besteht kein Zweifel. Über welche Anwendungen und technischen Möglichkeiten wir in 10 Jahren diskutieren werden, weiß im Moment noch niemand genau. Doch man kann auf Basis der kleinen Geschichte ahnen, in welche Richtung wir uns bewegen werden.

Der nächste technische Entwicklungsschritt wird die mobile Nutzung von Videobildern sein. Innerhalb der nächsten 5 Jahre wird es dann möglich sein, auch von mobilen Endgeräten „Videofonate“ einfach und schnell zu führen. Die Industrie arbeitet intensiv daran, die Bandbreiten der für diese Technik erforderlichen Datenübertragungsraten und die Komprimierung der Daten zu verbessern. Spätestens mit der Markteinführung dieser Funktion und den dazu passenden Endgeräten wird sich unser Kommunikationsverhalten deutlich verändern.

Spätestens dann muss auch dieses Buch neu geschrieben werden.

Bis dahin wünsche ich Ihnen viel Erfolg mit Ihren Telefonaten.

Ihr

Peter Gesser

<sup>1</sup> Vgl. „ARD-ZDF-Onlinestudie“. Bearbeitungsstand: 6. November 2009, <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/>

## Ganz einfach ... erfolgreich telefonieren

Die aktuelle Veröffentlichung von Peter Gesser führt Sie systematisch durch alle Themen und Aspekte der professionellen Kommunikation am Telefon.

Egal, ob Sie als Mitarbeiter oder Führungskraft das Telefon als Serviceinstrument für Ihre Kunden oder Mitarbeiter nutzen (Inboundtelefonie) oder ob Sie mit dem Telefon eine systematische Akquise Ihres Kundenstammes betreiben (Outboundtelefonie). Für alle Bereiche erhalten Sie nachvollziehbare Strategien, nützliche Checklisten und Tipps, die zu einem professionellen Umgang mit dem Telefon qualifizieren.

- ▶ Erarbeiten Sie über Test- und Analysebögen Status und Qualität Ihrer Telefonkommunikation im In- und Outbound.
- ▶ Verschaffen Sie sich einen Überblick, mit welchen Qualitätsstandards Ihre persönliche Telefonkommunikation optimiert werden kann.
- ▶ Lesen Sie, wie Sie eingehende Telefonate kundenorientiert und Fall abschließend besser abwickeln können.
- ▶ Lernen Sie Ihr eigenes Konfliktverhalten in schwierigen Situationen am Telefon besser kennen.
- ▶ Entwickeln Sie Strategien, wie Sie mit unterschiedlichen Kundentypen in schwierigen Situationen besser klarkommen.
- ▶ Erfahren Sie, mit welchen kleinen Hilfen, Tipps und Kniffen Telefonprofis am Telefon Termine und Produkte verkaufen.
- ▶ Erarbeiten Sie individuelle und selbstständig formulierte Telefonleitfäden mit den Arbeitshilfen und Vordrucken und verbessern Sie Ihre Schlagfertigkeit in klassischen Einwandsituationen durch einfach umsetzbare Grundregeln und Reaktionsmuster.
- ▶ Entwickeln Sie mehr Sensibilität für das Erkennen und die Nutzung von Cross-Selling-Ansätzen in Telefonaten.



### Der Autor: Peter Gesser

Der Autor des Buches ist seit 1989 mit dem Thema Telefonkommunikation und Telefonmarketing vertraut. Der Aufbau eines der ersten  Telefonmarketingteams in Westfalen-Lippe und die Ausbildung und Führung von Mitarbeitern als Callcenteragenten in einer Sparkasse sind Basis der praktischen Erfahrungen im Umgang mit diesem Thema. Als Unternehmensberater und Trainer hat er seit 1996 über 50 Institute bei dem Aufbau und der Weiterentwicklung hauseigener Callcenter unterstützt.

Seine Kunden schätzen dabei insbesondere den unkomplizierten und direkten Trainingsstil und den breiten Erfahrungshintergrund bei der praktischen Umsetzung der Konzepte. Der Ausbildungsgang „Vertriebsbegleiter/Trainer im -Callcenter“ wird von ihm in Kooperation mit der Sparkassenakademie Münster im Jahr 2013 bereits zum 15. Mal durchgeführt.



### Schnell informiert:

Unternehmen, Themen, Qualifikationen, Referenzen:

[www.gesser.biz](http://www.gesser.biz)

Medien, Publikations, Arbeitshilfen:

[www.ganz-einfach.info](http://www.ganz-einfach.info)