

Marketing und Kundenbetreuung per Telefon und E-Mail

Seminar
M 02

Die Medien der Telekommunikation ersetzen in zunehmendem Maß den Brief oder persönlichen Besuch. Insbesondere Telefon und E-Mail haben sich als vielseitig einsetzbare, zeit- und kostensparende Techniken durchgesetzt – so auch im Marketing und bei der Kundenbetreuung.

Um jedoch auch durch Telefonate eine positive Kundenbeziehung aufbauen zu können, bedarf es einer sorgfältigen Vorbereitung und gut überlegten Gesprächsstrategie sowie einiger spezieller, telefongerechter sprach- und stimmlicher Fertigkeiten. Gilt es doch, ohne unnötigen Zeit- und Gebührenaufwand das Gesprächsziel zu erreichen, aber dennoch freundlich und verständnisvoll zu wirken.

Ebenso haben sich für das Verfassen, Versenden und Archivieren von E-Mails einige erfolgswirksame Regeln bewährt. Das gilt sowohl für die inhaltlichen und sprachlichen als auch organisatorischen und technischen Aspekte.

Seminarziel Die Teilnehmer/innen lernen, Kundenkontakte per Telefon und E-Mail herzustellen sowie zu pflegen. Sie bekommen methodische Hinweise für die Vorbereitung und den Aufbau von Telefonaten sowie Tipps für das Verfassen wirkungsvoller E-Mails. In Übungen erhalten sie Gelegenheit, ihre diesbezüglichen Fähigkeiten zu überprüfen und zu optimieren.

Inhalte

- Regeln erfolgreichen Telefonierens
- Sprach- und stimmliche Wirkung am Telefon
- Innere Einstellung zum Verkaufsobjekt
- Sachliche und emotionale Vorbereitung auf ein Kundengespräch
- Erste Hürden: Vorzimmer und Anrufbeantworter
- Gewinnender und motivierender Gesprächsablauf
- Umgang mit Reklamationen und verärgerten Kunden
- Positiver Gesprächsabschluss trotz ablehnender Haltung
- Gesprächsnachbereitung und Nachfassaktionen
- Zusammenwirken mit den Außendienstmitarbeitern
- Regeln für das Verfassen von E-Mail-Texten
- Adressenverwaltung, Erstellen von Serienbriefen

Methodik Vortrag und Diskussion zu den theoretischen Lehrinhalten. Entwerfen von Gesprächs- und E-Mail-Formulierungen in Gruppenarbeiten. In Telefonübungen wird das persönliche Telefonverhalten kontrolliert und trainiert. Teilnehmerunterlagen und Literaturhinweise.

Teilnehmer Personen, die werbende bzw. beratende Aufgaben haben (z. B. Verkauf, Kundendienst, Öffentlichkeitsarbeit). Maximal 10 Teilnehmer/innen.