

Perfekt am Telefon

Sobald Sie zum Hörer greifen, sind Sie nicht mehr die im Hintergrund arbeitende Person, sondern Sie stehen an der Front und vertreten die gesamte Apotheke. Die richtige Kommunikation ist hier sehr hilfreich.

Mitarbeiter werden zum Botschafter, zur Visitenkarte des Unternehmens sobald Sie zum Telefonhörer greifen. Aber nur wenige große Apotheken haben für eingehende Anrufe einen nur für diese Tätigkeit abgestellten und geschulten „Telefondienst“. In vielen Apotheken ist der schnelle Griff zum Telefon, wenn es klingelt, durch das Personal, das gerade in der Nähe ist oder etwas Zeit hat, die Regel. Ungenügende Vorbereitung aufs Telefonieren, psychologisch unkluge Formulierungen oder organisatorisch-technische Schwachstellen führen dann schnell zu Missverständnissen oder gar zur Verärgerung des Anrufers. Kunden entwickeln immer höhere Erwartungen an den telefonischen Auftritt „ihrer“ Apotheke. Von der Behandlung am Telefon wird schnell auf die Qualität der pharmazeutischen Beratung, die Servicequalität geschlossen. Ergebnis- und kundenorientiertes Telefonieren wird deshalb immer wichtiger. Anbei ein kleiner Leitfaden.

Stimme, Ausdruck, Modulation Am Telefon steht nur die Stimme zur Verfügung, um den Gesprächspartner für sich einzunehmen und von der eigenen Kompetenz, der Kompetenz des Unternehmens Apotheke zu überzeugen. Sicherlich kennen Sie das geflügelte Wort: „Der Ton macht die Musik.“ Eine unfreundliche oder genervt wirkende Stimme, ein schnoddriges Wesen oder gar arrogantes Ausdrucksverhalten kann schnell dazu führen, einen Kunden zu verlieren. Klemmen Sie auch nicht den Hörer zwischen Kinn und Brust. Sie verspannen dadurch sehr schnell und werden vom Gegenüber nachweislich schlechter verstanden. Sitzen oder besser noch Stehen mit entspannt aufrechter Wirbelsäule, verändert den Brustkorbbereich und lässt die Stimme voller erklingen. Ein Lächeln im Gesicht verleiht der Stimme zusätzlich einen weicheren, sympathischeren Klang und schafft eine angenehme Gesprächsatmosphäre. Beim Sprechtempo gilt als Richtschnur: nicht mehr als 110 Silben pro Minute. Das werden Sie so mit Sicherheit nicht messen, aber Studien zeigten auf, dass kein Ohr mehr Silben hören und im Gehirn verarbeiten kann. Viel zu schnelles Sprechen ist einer der häufigsten von Kunden bemängelter Fehler.

Die Kunst der Begrüßung Laute Hintergrundgeräusche sollten die Telefonkommunikation nicht erschweren oder gar unmöglich machen. Wenn es klingelt, müssen Sie nicht sofort zum Hörer greifen. Spätestens bis zum vierten Klingelton sollte allerdings abgehoben werden. Auf diese Weise verschaffen Sie sich und dem Anrufer die Möglichkeit, sich auf das Gespräch einzustimmen. Profis vermitteln dann auch von der ersten Sekunde dem Gesprächspartner, dass sie gerne mit ihm telefonieren. Innerliche Einstellung hierzu: „Dieses Gespräch ist wichtig. Es ist meine Aufgabe, mich voll darauf zu konzentrieren. Das Telefon ist keine Unterbrechung und Störung meiner Arbeit, sondern jetzt meine Hauptaufgabe, die ich gerne übernehme.“ Das gleichzeitige Erledigen von Nebentätigkeiten ist somit tabu. Legen Sie sich jedoch Stift und Block bereit, um Notizen machen zu können. Höfliche Umgangsformen verbieten ein namenloses Melden mit „Ja“ oder „Hallo“ – und das gilt im privaten wie ohnehin im beruflichen Sektor. Melden Sie sich also deutlich mit dem Namen Ihres Unternehmens und dann mit Ihrem vollen Namen. Manche Experten empfehlen sogar die „James-Bond-Methode“, denn der Geheimagent im Namen ihrer Majestät macht richtige Vorstellung in jedem seiner Filme perfekt vor: „Mein Name ist Bond, (Pause), James Bond!“ Die Form sich adäquat zu melden, lautet somit: „Guten Tag, X-Apotheke. Sie sprechen mit Frau Mustermann, Yvonne Mustermann!“ Die allgemeine Grußformel am Anfang kann sich den tageszeitlichen und regionalen Gegebenheiten mit „Guten Morgen“ und „Grüß Gott“ etc. anpassen. Der weitere Zusatz „Was kann ich für Sie tun?“ hat sich für Apotheken nicht bewährt, kann aber – falls eingeführt – weiter verwendet werden.

Verbinden und Rückruf Derjenige, der das Gespräch angenommen hat, übernimmt Verantwortung dafür, dass der Anrufer die benötigte Hilfe erhält. Signalisieren Sie also zu jedem Anliegen – auch wenn Sie nicht Bescheid wissen: „Ich kümmere mich darum.“ Zudem gilt die Devise: „Geht nicht – gibt's nicht“. Benötigen Sie bei schwierigeren Anfragen etwas Zeit, um das Begehren zu lösen, oder handelt es sich um pharmazeutische Sachfragen, helfen Formulierungen wie:

- „Ich hole Ihnen Frau ... ans Telefon. Sie kann Ihnen in Sachen X besonders gut helfen.“
- „Einen Augenblick bitte! Ich verbinde Sie gerne mit jemandem, der Ihre Frage fachkundig beantworten kann.“
- „Ich frage nach. Einen Augenblick bitte.“
- „Ich erkundige mich hierzu. Das kann einen Augenblick dauern. Kann ich Sie zurückrufen?“
- „Ich kläre das. Wenn Sie mir Ihre Telefonnummer geben, Sorge ich dafür, dass Sie baldmöglichst zurückgerufen werden.“

Ein kurzer interner Informationsaustausch zwischen den Apothekenmitarbeitern, bei zugehaltener Ohrmuschel, besser noch auf „stumm“ oder Warteschleifenmusik geschaltetem Telefon, sollte dafür sorgen, dass der Kunde nicht erneut sein Anliegen vortragen muss. Rückrufe haben tatsächlich zeitnah zu erfolgen – und sei es nur, um einen Zwischenstatus zu geben.

Verlangt ein Anrufer direkt nach dem Chef oder der Chefin sollte – bevor verbunden wird – immer nach dem Anliegen gefragt werden: „Sagen Sie mir bitte, in welcher Angelegen-

TELEFONSTANDARDS FESTLEGEN

Alle im Apothekenteam sollten beim Telefonieren nach festgelegten Standards arbeiten. Optimaler Service ist im Wettbewerb heutzutage unumgänglich. Überlegen Sie, ob es nicht Sinn macht, an einem professionellen Telefonseminar, wie es von Landesapothekerverbänden (LAVs) und anderen Trainingsanbietern speziell auch für den Apothekensektor angeboten wird, teilzunehmen. Dort wird häufig auch das rhetorische Werkzeug für die Gesprächsführung bei Beschwerden, Reklamationen und der Umgang mit sehr schwierigen oder fordernden Kunden trainiert. Festgelegte Standards sollten schriftlich fixiert in Hörernähe aufgehängt werden. So sind Sie zur Erinnerung für das gesamte Personal gut sichtbar.

heit Sie Frau/Herrn ... sprechen möchten?“ Mit etwas Erfahrung und Fingerspitzengefühl kann damit der Apothekenleitung die Entgegennahme unwichtiger, Zeit raubender Anrufe von Personen oder Firmen, die nur telefonisch eine Leistung erwerben und verkaufen möchten, erspart werden.

Aktiv zuhören, gezielt fragen Experten predigen schon lange, dass Menschen nichts lieber hören als ihren eigenen Namen. Versuchen Sie deshalb sich den Namen des Anrufers zu merken, schreiben Sie ihn für notwendige Notizen auf und nennen ihn im Laufe des Gespräches gelegentlich. Das schafft eine positive Gesprächsbasis. Haben Sie ihn nicht korrekt verstanden, haken Sie positiv formuliert nach: „Habe

ich Sie richtig verstanden, Ihr Name ist ...?“ Ansonsten gilt: Was genau möchte der Anrufende? Gutes Zuhören – auch manchmal zwischen den Zeilen lesen – ist wichtig, um den Beweggrund genau zu identifizieren. Lassen Sie den Gegenüber deshalb möglichst ausreden. Mindestens ein bis zwei Minuten sollten Sie jedem Anrufer zugestehen. Unterbrechen dürfen Sie erst durch direkte Anrede mit Namen, wenn Sie merken, der Anrufer schildert sehr langatmig, wiederholt sich – und die Sachlage scheint Ihrerseits verstanden worden zu sein. Bei schwierigeren Anfragen können allerdings Detailfragen notwendig werden, die positiv formuliert werden sollten. „Um Ihr Anliegen direkt zu bearbeiten, benötige ich noch...“ oder „Um Sie mit dem richtigen Ansprechpartner zu verbinden, bitte ich Sie um ...“ sind mögliche Redewendungen.

Kompetent Auskunft geben Apotheken sind ein Dienstleistungsunternehmen. Dieses Wort kommt von „dienen“. Positiv denken, sprechen und handeln – auch wenn es bei manchen Anrufen sehr schwer fällt – muss deshalb die Devise im Sinne einer positiven Kundenbeziehung lauten. Produktauskünfte ohne Bestellung sind ein gern übernommener Service, Preisauskünfte sind keine Belästigung, auch die „dümmste Frage des Tages“ wird gern und höflich beantwortet. „Ja gern“, „Selbstverständlich“, „Natürlich“ sollten zum täglich häufig genutzten Wortschatz gehören und selbst bei schwierigen Situationen sind positive Formulierungen wichtig. Positives Denken und psychologisches Geschick auch bei Beschwerden und schwierigen Gesprächspartnern können maßgeblich zu einem für beide Seiten befriedigenden Ergebnis beitragen. Vermeiden Sie Fachchinesisch, also zu viele medizinisch-pharmazeutische Ausdrücke oder Fremdwörter, da diese häufig vom Gegenüber nicht richtig verstanden werden. Wählen Sie statt dessen einfache, kurze, präzise Sätze.

Kein Telefonat ohne Ergebnis Bevor Sie ein Gespräch beenden, sollten Sie das Ergebnis zusammenfassen und – wenn notwendig – womöglich weitere Schritte vereinbaren. Das Wiederholen wichtiger Aussagen aber auch Worte wie „wichtig“, „unbedingt darauf achten“, „bitte daran denken“, „auf jeden Fall notwendig“ unterstützen den Anrufer am anderen Ende der Leitung für ihn wichtige Informationen sofort herauszuhören. „Gibt es noch Fragen, die ich Ihnen beantworten kann?“ und ein „Vielen Dank für Ihren Anruf“ gehört dann zu einem guten Abschied dazu und bleibt beim Anrufer in positiver Erinnerung.

Wenn Sie selbst einen Kunden oder Lieferanten an- oder zurückrufen, bereiten Sie sich auf das Gespräch vor. Überlegen Sie Grund und Ziel ihres Anrufs, gehen Sie mögliche Einwände durch und legen Sie sich einige Argumente zurecht. Machen Sie sich durchaus einige Notizen bevor Sie die Nummer wählen. ■

Dr. Eva-Maria Stoya, Apothekerin / Journalistin