

Empathie und Humor im Service

Durch empathische, achtsame, humorvolle Servicegespräche steigt die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit messbar. Das funktioniert im industriellen Umfeld genauso wie in Servicedialogen mit Bank- und Versicherungskunden.

Exzellentes Service zu gewährleisten und zu halten, ist im B2B wie im B2C eine Herausforderung. Die Tücken des Alltags, die Belastung der Mitarbeiter, immer neue Prioritäten, Projekte und nicht zuletzt der viel zitierte innere Schweinehund lassen den Kunden-Fokus in Servicecentern schnell aus dem Sichtfeld geraten.

Aus guten Gesprächen exzellente machen

Viele Serviceeinheiten hängen an den letzten, entscheidenden 20 Prozent. Sie führen gute, aber keine exzellenten Gespräche. Gemessen wird Service-Exzellenz über den sogenannten NSP-Wert (Net Promoter Score). Das ist der Bewertungsindex für den Grad der emotionalen Kundenbindung und der Empfehlungsbereitschaft. Nur wenn der Kunde auf einer Skala von 1 bis 10 einen Wert über 8 vergibt, gilt dies als hohe Servicequalität. Nicht nur gegenüber Verbrauchern, auch gegenüber Industriekunden wird exzellenter Service immer wichtiger.

„Die Kommunikation soll sich persönlich, leicht und nah wie ein Alltagsgespräch anfühlen.“

Der Sprung vom guten Gespräch auf eines mit Top-Niveau, ist nicht einfach. Die Hürde lässt sich oft nur mit einem neuen, überraschend anderem Verhalten überwinden. Der Sprung in Richtung 10 (= Exzellenz) gelingt mit einem Konzept, das die Freude am Gespräch und den empathischen Kundendialog in den Vordergrund stellt.

Serviceexzellenz wird meist über die Sachebene verstanden. Was Kunden jedoch viel mehr berührt, sind Erlebnisse, die auf ihre Situation eingehen, ihre Lage emotional spiegeln und bisweilen humorvoll aufgreifen. Die Kommunikation soll sich persönlich, leicht und nah wie ein Alltagsgespräch anfühlen. Gelingt das, macht der Service den nächsten Qualitätssprung: Kunden und Mitarbeiter werden zufriedener

und damit die beiden kritischen Punkte, die Serviceorganisationen herausfordern.

Mal ein anderer Gesprächseinstieg, eine neue Verabschiedung – das hält wach und aufmerksam. Auch Humor hilft. Eine humorvolle Bemerkung überrascht und berührt. Solche Dialoge brauchen jedoch Mut, wie alle Situationen, in denen Empathie gefragt ist. Auch bei den Führungskräften. Sie müssen den lockeren Plauderton verstehen und zulassen. Deshalb setzt der Wandel im Training dort an.

Ziel: entspannte Professionalität

Wichtig ist eine Team-Kultur des positiven Bestärkens und Unterstützens. Ungewöhnliche Teamaktivitäten helfen, die Stimmung aufzulockern, die Routine zu unterbrechen, die Aufmerksamkeit auf das Positive zu lenken und Stress abzubauen. Von Nicht-Meckertagen, über Maskottchen, Doofe-Ausreden-Bingos oder Impuls-Cafés entwickeln die Teams eigene Rituale, die die gute Stimmung im Alltag erhalten. Und selbst wenn der ein oder andere sachorientierte Experte aus der Fachabteilung oder dem Second Level zunächst nur kritisch zuschaut. Auch auf sie färbt die neue, frische Art mit Kunden zu kommunizieren ab. ■



Autoren

Ralph Lange hat gemeinsam mit Helga Schuler das Erfolgsprogramm „Emotional Power“ bei Top-Perform entwickelt. Seit 2019 leitet er das Berater- und Trainer-Netzwerk für Serviceorganisationen.
E-Mail: rla@top-perform.de



Helga Schuler baute Deutschlands erste Telesales- und Call-Center-Teams auf. Ihr Beratungsfokus bei Top-Perform liegt auf emotionaler Kundenbindung und Beziehungskompetenz der Mitarbeiter.
E-Mail: hs@top-consult-coach.de