



Emotionen hören

Die Emotionserkennung ist ein Faktor für den Erfolg eines Call Centers. Und sie ist keine seltene Gabe, sondern eine Sache des Trainings.

Im Inbound- wie im Outbound-Geschäft steht für Call Center-Mitarbeiter die Information des Kunden über Produkte, Dienstleistungen und interessante Konditionen klar im Vordergrund. Ob der Kunde gerade bester Laune oder verärgert ist, ob er sich für die Sache stark interessiert oder sie nur schnell erledigen möchte – all das entgeht vielen Agents oder sie nehmen es nur am Rande wahr. Doch für produktive telefonische Kundenkontakte ist es oft entscheidend, die emotionale Situation des Anrufers zu erfassen und darauf richtig einzugehen, denn eines liegt auf der Hand: Wer die Stimmungen und Gefühle seines Gesprächspartners erkennt und darauf eingeht, kommt eher und besser zum Ziel als derjenige, der diese Emotionen schlicht ignoriert oder verkennt. Diese Emotionserkennung ist systematisch erlernbar.

Kommunikation – mehr als Information

Wirkungsvoll zu kommunizieren ist mehr als nur zu reden. Es kommt darauf an, im zwischenmenschlichen Kontakt zu den Gesprächspartnern zu bleiben, deren Signale und emotionalen Zustand richtig zu erkennen. Nur etwa zwanzig Prozent dessen, was wir als Informationen bezeichnen, wird verbal übermittelt. Gestik, Mimik und gerade im Tele-

fonat die Stimme, überlagern in ihrer Wirkung den mitgeteilten wörtlichen Inhalt oft bei Weitem. Um wirkungsvoll zu kommunizieren und zu informieren, sollten sich Agents sowohl als Sprecher wie auch als aufmerksamer Zuhörer aktiv aller Möglichkeiten bedienen. Als Menschen steht ihnen dafür im Innern eine einzigartige Apparatur zur Verfügung, ein auditives Aufbereitungs- und Informationssystem. Es setzt blitzschnell die verschiedenen Informationen aus der Stimmlage über die Einlassungen bis zu den Hintergrundgeräuschen zu einem Gesamtbild zusammen und macht sie interpretierbar. Mit ein wenig Übung können Mitarbeiter im Call Center dieses Instrument geschickt nutzen, um den wahren emotionalen Zustand von Gesprächspartnern am Telefon zu erkennen und darauf im Gesprächsverlauf zu reagieren.

Wichtig ist dabei vor allem die Fokussierung. Gute Kommunikatoren trainieren gezielt die Fähigkeit, sich vollständig auf ihr Gegenüber einzustellen und sehr schnell und genau zu erfassen, wie dessen emotionaler Zustand gerade ist. Eine große Rolle spielt dabei die Stimmwahrnehmung – für Call Center-Mitarbeiter ist sie sogar das einzige Instrument der Emotionserkennung.

Ein erster Schritt zur gezielten Nutzung besteht darin, einfach die Augen für einen Moment zu schließen und sich ganz auf diesen Sinneseindruck zu konzentrieren. In entsprechenden Übungen sind Seminarteilnehmer immer wieder überrascht, wie viel sie tatsächlich heraushören können. Vielfach ist diese Information sogar genauer und zuverlässiger als der optische Eindruck, denn dieser kann auch mal auf Verstellung beruhen, Stichwort Pokerface. Das heißt: Der vermeintliche Nachteil, im Call Center auf das Hören beschränkt zu sein, um den Gesprächspartner emotional zu verstehen, kann sich mit einiger Übung durchaus als Vorteil entpuppen.

Das Fühlen widerspiegeln

Nach der richtigen Emotionserkennung folgt als nächster Schritt die zielführende Reaktion, also die Umsetzung dieser Wahrnehmung in der Kommunikation des Agents. So kann der Mitarbeiter beispielsweise Kunden, die spürbar unter Zeitdruck stehen, eine Kurzinfo oder einen späteren Rückruf anbieten. Die Emotionserkennung bietet natürlich keine Erfolgsgarantie, aber sie macht zielführende Kundenkontakte wesentlich wahrscheinlicher.

Idealerweise können Call Center-Mitarbeiter den emotionalen Zustand des Kunden selbst nachfühlen und angemessen reagieren. Er kann sogar negative Emotionen eines enttäuschten Kunden in positive Gefühle umwandeln. Dazu muss es ihm allerdings gelingen, die Nöte, Sorgen oder Themen des Gegenübers im Gespräch glaubhaft aufzunehmen und zu seinen eigenen zu machen. Er sollte wissenschaftlich ausgedrückt, die Fähigkeit entwickeln, das Denken und Fühlen des Kunden zu spiegeln. Das Schlüsselwort hier ist „glaubhaft“. Und dazu muss die gesamte Kommunikation den Inhalt unterstützen, das heißt, die Stimmlage, die Wortwahl, die Wiedergabe der Kundenthemen in eigenen Worten, die gezielt gesetzten Pausen. Emotionserkennung ist erlernbar. Ein erfahrener Business Coach kann diesen Lernprozess anstoßen und nachhaltig fördern.

Vera-Kristin Grundmann



Dr. Vera-Kristin Grundmann ist Business Coach und leitet Grundmann-Consulting in Meerbusch.

vk.grundmann@grundmann-consulting.de