



Nutzen Sie das Telefon als Marketinginstrument

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance!

Ilona Cosack, Arnsberg

Wie Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die konsequente Umsetzung des erfolgreichen Telefonmarketing in die Praxis durchführen können, lesen Sie jetzt.

Der Beitrag schließt an den Text in Die Kanzlei 02/2001, Seite 57 an.

Wer geht ans Telefon?

Häufig wird die Wichtigkeit des Telefons in der Kanzlei sowohl von den Anwälten als auch von den Mitarbeitern unterschätzt.

Das Klingeln unterbricht bei der Arbeit, der Mandant ruft ohnehin mehrfach vergeblich an, oft müssen „Notlügen“ für nicht erledigte Anrufe erfunden werden – schon deshalb ist der Telefondienst wahrlich bei den meisten Mitarbeitern nicht beliebt.

Gerade deshalb gehört die beste Mitarbeiterin oder der beste Mitarbeiter ans Telefon! Dabei ist „beste“ im Sinne von freundlich, kompetent, zuverlässig und verantwortungsbewusst auszulegen. Die Bedienung des Telefons ist von dieser Person als Hauptaufgabenbereich zu sehen. Sofern in kleinen Kanzleien das berühmte „Mädchen für alles“ eingesetzt wird, gilt auch hier, die Wichtigkeit des Mediums Telefon zu verdeutlichen.

Vertretungsregelung

Legen Sie eine Vertretungsregelung fest:

- für kurze Abwesenheiten: Abwesenheit vom Arbeitsplatz, Mittagspause, Feierabend
 - für längere Abwesenheiten: Urlaub, Krankheit
- Dies gilt auch für Abwesenheiten von Rechtsanwälten.

Einheitliche Meldung am Telefon

- Tagesgruß, Kanzleiname, Mitarbeitername
- Tagesgruß: Eine freundliche Begrüßung

stimmt den Anrufer positiv. Achten Sie darauf, dass der Tagesgruß der Tageszeit angepasst wird. (Um 12 Uhr macht „Guten Morgen“ den Eindruck, als ob Sie gerade aufgestanden seien).

Kanzleiname: Lassen Sie einen möglichst kurzen, prägnanten Kanzleinamen verwenden. Die Aufzählung des „einhundertfünfzigsten“ Sozius sollte vermieden werden – gerade kleine und mittlere Kanzleien sollten hier einen gemeinsamen Nenner finden. Der Mandant dankt es.

Mitarbeitername: Ihr Mitarbeiter sollte in jedem Fall seinen eigenen Namen am Telefon nennen. Der Mandant nennt seinen Namen ja auch. Damit kann eine persönliche Ebene geschaffen und Verantwortung übernommen werden.

Achten Sie darauf, dass alle Mitarbeiter die vereinbarte Sprachregelung anwenden und einhalten, damit die Meldung am Telefon als positive Visitenkarte Ihrer Kanzlei gewertet wird.

Verwenden Sie den Namen des Anrufers im Gespräch

Nichts hört der Mensch so gern wie seinen eigenen Namen. Nutzen Sie diese Erkenntnis auch für Ihre Telefonate. Zumindest bei der Begrüßung, bei der Verabschiedung und je nach der Dauer des Telefonates auch während des Gespräches sollten Sie den Namen Ihres Gesprächspartners einfließen lassen. Dies erhöht die Aufmerksamkeit Ihres Gesprächspartners und verschafft ihm Anerkennung.

TIPP: Setzen Sie den Namen des Gesprächspartners wohltdosiert ein. Übertriebener Einsatz verkehrt die positive Wirkung ins Gegenteil!

„Wie war Ihr Name?“

Diese Fragestellung sollte in Ihrer Kanzlei nicht zum Einsatz kommen, der Anrufer lebt noch! Sofern der Name nicht verstanden wurde, kann z.B. gefragt werden: „Bitte sagen Sie mir noch einmal Ihren Namen“, „Entschuldigung, ich habe Ihren Namen nicht verstanden“ oder „bitte buchstabieren Sie mir Ihren Namen“.

Gerade bei häufig vorkommenden Namen sind weitere Angaben wie Vornamen oder Anschrift hilfreich, damit bei laufenden Akten das Telefonat der richtigen Akte zugeordnet werden kann.

Zwischenzeitlich gibt es auch Software, um eingehende Anrufe zu identifizieren und der richtigen Adresse und Akte zuzuordnen. Diesen Komfort kann man auch bei ausgehenden Telefonaten nutzen, sofern die verwendete Telefonanlage mit der EDV kompatibel ist.

Informationsfluss Rechtsanwalt / Mitarbeiter

Um das Telefon effizient zu nutzen, sollte das Team Rechtsanwalt / Mitarbeiter einige Regeln einhalten:

- Lassen Sie Ihre Mitarbeiter bereits beim Erstkontakt dem Mandanten das Gefühl und Vertrauen geben, dass er einen kompetenten Ansprechpartner hat. Der Anru-

fer bekommt das Gefühl, dass er bei Ihrer Kanzlei „an der richtigen Adresse“ ist.

- Wenn Ihre Mitarbeiter dem Anrufer nicht weiterhelfen können: Lassen Sie eine Lösung des Problems anbieten, z.B. verbinden zu einem kompetenten Gesprächspartner, ggf. zum Anwalt, lassen Sie einen (in jedem Fall einzuhaltenden) Rückruf anbieten, lassen Sie bitten, die Unterlagen vorab zukommen zu lassen und vermitteln Ihre Mitarbeiter dem Anrufer, dass sie alles tun, um ihm zu helfen.

- Nutzen Sie beim Erstbesuch die Gelegenheit, Mandant und Mitarbeiter, z.B. im Rahmen der Bewirtung oder der Aktenvorlage, persönlich miteinander bekannt zu machen. So kennen beide, Mandant und Mitarbeiter, nicht nur die Stimme des Gesprächspartners, sondern verbinden mit dieser gleichzeitig eine Vorstellung von der Person. Dies fördert die Mandantenbindung.

- Qualifizieren Sie Ihre Mitarbeiter beim Erstbesuch: „Frau Sommer ist Ihre Ansprechpartnerin, wenn ich nicht erreichbar bin“. So heben Sie Ihre Mitarbeiter auf die Ebene als kompetenter Ansprechpartner und vermeiden das Durchstellen eines Telefonats, obwohl „der Mandant nur einen Termin wollte“.

- Legen Sie im Rahmen der Tagesplanung gemeinsam aktive und passive Telefonzeiten fest. So sind Ihre Mitarbeiter in der Lage, jederzeit eine Lösung anzubieten.

- Verzichten Sie auf „Notlügen“, einmal ungläubig, werden Ihre Mitarbeiter nicht mehr als kompetente Gesprächspartner angesehen.

- Stimmen Sie mit Ihren Mitarbeitern ab, welche Auskünfte erteilt werden dürfen (Grundsatz: Sachauskünfte, keine Rechtsauskünfte!).

- Legen Sie eine Sprachregelung für die Beantwortung der Kostenfrage fest (Hinweis auf Erstberatungsgebühr etc.)

Rückrufmanagement spart Zeit

- Nutzen Sie das Rückrufmanagement als effiziente und zeitsparende Lösung.
- Halten Sie versprochene Rückrufe in

»Auch wenn es der Anrufer nicht sieht: Am Telefon sollten wir lächeln!«

Ilona Cosack

jedem Fall ein!

- Informieren Sie Ihren Mandanten durch Ihre Mitarbeiter, wenn ein vereinbarter Rückruf nicht erfolgen kann, und lassen Sie einen neuen Rückruftermin vereinbaren.

- Übertragen Sie einem Mitarbeiter die Verantwortung für ein funktionierendes Rückrufmanagement

Positive Wortwahl wirkt Wunder

Verwenden Sie so oft wie möglich positive Wörter, sagen Sie Ihrem Gesprächspartner nicht, was nicht geht, sondern bieten Sie ihm eine Lösung seines Problems an.

Beispiel: Sie sind mit einem Mandanten in einer wichtigen Besprechung und sagen Ihren Mitarbeitern, dass Sie jetzt nicht gestört werden wollen.

Dies wird oft wie folgt umgesetzt: „Herr Rechtsanwalt Winter ist in einer wichtigen Besprechung, da kann ich jetzt nicht stören“.

Obwohl der Mitarbeiter lediglich Sprachrohr war, suggeriert er dem Anrufer, dieser sei „unwichtig“ und „eine Störung“.

Positiv formuliert bietet sich folgende Lösung an: „Herr Rechtsanwalt Winter ist derzeit in einer Besprechung (wertneutral) und wird gegen 16 Uhr wieder frei sein (vorausgesetzt, Sie haben mit Ihren Mitarbeitern abgestimmt, dass Sie um diese Zeit Telefonate entgegen nehmen).“

Sodann erfolgt die Hilfestellung des Mitarbeiters unter Einsatz der Fragetechniken

Geschlossene Fragen:

„Sind Sie um 16 Uhr telefonisch erreichbar? Wir rufen Sie gerne zurück. Hier hat der Anrufer die Möglichkeit, mit „ja“ oder „nein“ zu antworten. Ebenso wie bei der Fragestellung: „Kann ich Ihnen weiterhelfen?“

Besser ist hier der Einsatz der offenen Fragen (W-Fragen):

„Wie kann ich Ihnen weiterhelfen?“

„Worum geht es?“

„Was darf ich ausrichten?“

Hier wird der Anrufer aufgefordert, sein Anliegen vorzutragen und der Mitarbeiter kann eine Lösung anbieten.

Der Einsatz von Fragetechniken sollte regelmäßig trainiert werden.

Tagesplanung

Zum Einsatz des Telefons als Marketinginstrument gehört zwangsläufig eine Abstimmung und Tagesplanung mit Ihren Mitarbeitern. Erst dann werden diese in die Lage versetzt, kompetent Auskünfte zu erteilen auf die häufige Frage „Wann ist der Rechtsanwalt zu erreichen?“. „Das kann ich Ihnen nicht sagen“, „Das wüsste ich auch gern“, solche Antworten, die in den Trainings tatsächlich von Mitarbeitern gegeben werden, helfen dem Anrufer nicht weiter und vermitteln den Eindruck einer nicht gut organisierten Kanzlei.

Häufiger Kritikpunkt, gerade in größeren Kanzleien, ist die geringe Bereitschaft der Anwälte, sich abzumelden bzw. bekannt zu geben, wann sie wieder im Haus sind. Die vergeblichen Bemühungen der Telefonzentrale, den Ansprechpartner zu erreichen, deuten auf ein Organisationsdefizit hin. Auch derjenige, der seinen Arbeitsplatz verlässt, um z.B. in der Bibliothek zu recherchieren, tut gut daran, entweder seine Durchwahl auf ein schnurloses Telefon umzustellen und dieses bei sich zu führen oder aber eine anderweitige Erreichbarkeit sicherzustellen. Bei Vereinbarung von aktiven und passiven Telefonzeiten ist der Mitarbeiter von vornherein in der Lage, kompetente Auskünfte zur Erreichbarkeit zu geben.

Voice-Mail-Box, Anrufbeantworter und Serviceline

Ggf. kann bei Bedarf auch eine Voice-Mail-Box zum Einsatz kommen. Auch die Entscheidung, ob und ggf. in welchem Rahmen

Hard & Software

ein Anrufbeantworter eingesetzt werden soll, sollten Sie für Ihre Kanzlei im Rahmen grundsätzlicher Standards festlegen und in regelmäßigen Abständen die Einhaltung überprüfen. Auf Nachfrage ist häufig noch nicht einmal der Text bekannt, der auf dem Anrufbeantworter zu hören ist.

Die Erreichbarkeit der Kanzlei kann auch über eine spezielle Serviceline, z.B. in Verbindung mit einer 0700 oder 0800 Rufnummer, erhöht werden. Ein Mobiltelefon in Verbindung mit der Rufumleitungsmöglichkeit bei ISDN schafft hier weitere Möglichkeiten, Ihren Mandanten den besten Service zu bieten.

Fazit

- Setzen Sie das Telefon als effizientes Arbeitsmittel ein und nicht als Zeitkiller.
- Wer fragt, der führt. Der Einsatz von Fragetechniken sollte regelmäßig trainiert werden.
- Auch wenn der Anwalt nicht erreichbar ist: Lassen Sie Ihren Anrufern Lösungen anbieten und achten Sie auf die Einhaltung, z.B. im Rahmen des Rückrufmanagements.
- Setzen Sie den Namen Ihres Gesprächspartners gezielt ein.
- Planen Sie aktive und passive Telefonzeiten.
- Nutzen Sie die technischen Möglichkeiten Ihrer Telefon- und EDV-Anlage.
- Der Anwalt als Dienstleister: Heben Sie sich mit Ihrer Dienstleistung auch am Telefon von der Konkurrenz ab.



Autorin

Ilona Cosack,
Arnsberg

Vita:

Ilona Cosack ist Inhaberin der ABC AnwaltsBeratung Cosack, Fachberatung für Rechtsanwälte und Notare, Arnsberg, sowie Mitautorin des Management-Handbuchs Rechtsanwaltspraxis.
Freecall: 0800 ABC Anwalt, 0800 222 269 258.
www.abc-anwalt.de