

Kundenservice am Telefon

Bei nervigen Kunden einen kühlen Kopf bewahren



14.07.2010 – Die große Hitze macht derzeit vielen Berufstätigen zu schaffen. Aber nicht nur die Temperaturen können zu Schweißausbrüchen und überhitzten Köpfen führen – so mancher Kunde bringt die Service-Mitarbeiter am Telefon zum Schwitzen und schlicht zur Verzweiflung. Trotzdem gelassen zu bleiben und nicht aufbrausend zu werden, ist die Kunst im Telefonservice. Wir haben Tipps, was die Mitarbeiter im Umgang mit verärgerten, ungeduldigen oder einfach nur nervigen Kunden beachten sollten, und wie sie es lernen, sich zu beherrschen.

Inhalt

Kundenservice am Telefon: Bei nervigen Kunden einen kühlen Kopf bewahren

1. So werden aus tobenden Kunden verständnisvolle Zuhörer
2. Interview mit Marilla Bax: Richtiger Umgang mit nervigen Kunden am Telefon

Kunden beschwerten sich oft über mangelnde Freundlichkeit und Kompetenz bei Mitarbeitern im Telefonservice. Nicht nur in der Telekommunikationsbranche heißt es dann etwa von enttäuschten Kunden: „Erst zehn Minuten in der Warteschlange, dann dreimal verbunden, damit mich der Mitarbeiter in einem unfreundlichen Ton auf die Webseite verweist, auf der ja alles steht!“ Dass dies den Kunden nervt und das Unternehmen auf Dauer einen Imageschaden davon trägt, ist verständlich.

Ebenso verständlich ist es allerdings, wenn man sich einmal in die Situation der Service-Mitarbeiter versetzt, dass diese auch genervt sind – allerdings von den Kunden. Die fordernden Kunden überlegen sich nämlich nur selten, wie es den Mitarbeitern am Servicetelefon dabei geht. Diese müssen sich oft stundenlang quengelnde, motzige, ungeduldige und unverschämte Kunden anhören und sehr schnell die passende Lösung finden, mit dem der Kunde zufrieden ist. Keine leichte Aufgabe – vor allem nicht am Telefon. Allerdings sollten die Mitarbeiter, wenn sie einen professionellen Anspruch haben, sich nicht klein kriegen lassen und sich bewusst machen, dass sie nur mit Freundlichkeit gewinnen können. „Der Klügere gibt nach“ passt hier ganz gut, denn der Kunde hat die stärkere Position aufgrund des Wettbewerbsdrucks. Er muss nicht freundlich sein, doch die Mitarbeiter im Service schon. Wenn auch bei unfreundlichen Kunden ihr Verhalten stets korrekt und zuvorkommend ist, zeugt das von viel Klugheit, weil sie begriffen haben, wer in dieser Konstellation der Mächtigere ist.

Telefonieren erfordert besondere Fähigkeiten im Kundenkontakt

Es gibt mehrere Gründe, weshalb Unternehmen mit Kunden in Kontakt kommen. Entweder das Unternehmen geht aktiv auf den Kunden zu, etwa um seine Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen oder der Kunde tritt an das Unternehmen heran, beispielsweise, weil er sich beschweren möchte oder Rückfragen zur gekauften Ware hat. Auch die Kommunikationsarten sind vielfältig: persönlicher Kontakt, zum Beispiel im Geschäft, schriftlicher Kontakt, zum Beispiel über E-Mail, oder eben per Telefon.

Das Telefonieren hat einen **Sonderstatus**, denn im Gegensatz zum persönlichen Kontakt, können sich die Gesprächsteilnehmer weder sehen noch fühlen. Die Mimik und Gestik wird kaum bemerkt und die Gesprächspartner können leichter durch ihr Umfeld abgelenkt werden und Dinge „nebenbei“ machen. Im Vergleich zum schriftlichen Kontakt mit Kunden müssen die Mitarbeiter ebenso schnell reagieren wie beim persönlichen Kontakt. Papier ist geduldig heißt es so schön und dies ist der große Vorteil beim Schriftverkehr: Der Kunde teilt sein Belangen schriftlich mit und der Mitarbeiter

kann sich in Ruhe und sehr genau überlegen, wie und was er darauf antwortet. Er kann auch Kollegen – oder bei brisanten Themen den Vorgesetzten – um Hilfe bitten. Das bedeutet, die Interaktion mit dem Kunden ist beim Telefonieren aus drei Gründen erschwert:

1. **Fehlender Sichtkontakt:** Mimik und Gestik werden größtenteils nicht bemerkt. Dies erschwert es, auf den Kunden einzugehen und Empathie zu entwickeln. Bei manchen Kunden sinkt dadurch auch die Hemmschwelle und sie schimpfen eher los, als wenn sie dem Mitarbeiter direkt gegenüberstehen.
2. **Störendes Umfeld:** Andere Personen (zum Beispiel Kollegen) oder Arbeitsgeräte (zum Beispiel der PC oder andere klingelnde Telefone) lenken den Mitarbeiter ab.
3. **Schnelle Reaktion:** Der Kunde möchte schnell Hilfe oder eine Antwort bekommen, deshalb wählt er als Kommunikationsmittel das Telefon. Die Mitarbeiter im Service müssen das Problem zügig erkennen und eine Lösung parat haben oder an den richtigen Ansprechpartner verbinden.

Um diese erschwerten Bedingungen auszugleichen, müssen die Service-Mitarbeiter zum einen ein dickes Fell haben und zum anderen wissen, wie sie mit unangenehmen Kunden umgehen sollen und sogar vor Wut tobende Kunden im Gespräch soweit bringen, dass sie am Ende zufrieden und positiv gestimmt auflegen. Zwar hat nicht jeder Kunde, der im Unternehmen anruft, böse Absichten oder Grund zu einer Beschwerde. Doch jeder Kunde hat das gleiche Recht auf eine freundliche Stimme und eine Servicekraft, die alles in ihrer Macht stehende tut, um ihm zu helfen. Denn selbst aus ruhigen freundlichen Kunden können unangenehme Meckerer werden, wenn sie sich schlecht oder ungerecht behandelt fühlen.

Aus tobenden Kunden werden verständnisvolle Zuhörer

Damit Sie den Kunden, die in Rage sind, helfen können, müssen Sie zunächst einmal dafür sorgen, dass sie sich beruhigen. Dies schaffen Sie nicht, wenn Sie sich genauso unhöflich verhalten. Der verärgerte Kunde hat weniger Grund, eine nette Person zu beschimpfen als eine ebenso unfreundliche. Mit folgenden Verhaltensweisen können Sie Ihren Gesprächspartner von Ihrer Sympathie überzeugen:

- **Positiv denken:** Bei unfreundlichen oder reklamierenden Kunden fällt es schwer, nicht negativ zu denken. Es entsteht Hektik und Stress, der leicht dazuführen kann, dass man gereizt reagiert. Gerade diese Situationen rufen nach positivem Denken, damit die Ausstrahlung beim Telefonieren nicht leidet. Durch die richtige innere Einstellung entsteht eine positive Stimmung, die die Leistungsbereitschaft fördert. Versuchen Sie positive Lösungsansätze zu finden – vor, während und nach dem Gespräch. Jeder negative Gedanke soll im Keim ersticken. Denn negative Gedanken ziehen unweigerlich weitere negative Gedanken nach sich. Sehen Sie Probleme als Herausforderung und freuen Sie sich darauf. Ein Versuch ist es wert.
- **Lächeln:** Am Telefon kann der Gesprächspartner zwar nicht sehen, ob Sie lächeln, er kann es aber sehr wohl hören. Die Stimme klingt freundlicher und sympathischer, was dem Kunden nicht mehr so viel Angriffsfläche bietet und ihn bestenfalls besänftigt. **Tipp:** Stellen Sie sich einen Spiegel an Ihren Arbeitsplatz. So können Sie Ihren Gesichtsausdruck jederzeit überprüfen und gegebenenfalls korrigieren. Zu Anfang kommt es Ihnen vielleicht etwas seltsam vor, sich selbst anzulächeln, aber es führt zu einer guten Grundstimmung.
- **Negatives positiv formulieren:** Alles, was zunächst negativ erscheint, kann auch so formuliert werden, dass es positiv ist. Zum Beispiel anstatt „Dafür bin ich nicht zuständig.“ könnten Sie sagen „Da kann Ihnen Herr XY weiterhelfen, einen kleinen Augenblick bitte, ich verbinde Sie.“
- **Empathie:** Verständnis und Anteilnahme zu zeigen, sind gute Mittel, um den Ärger der Kunden zu verringern. Den Kunden können Sie am besten verstehen, wenn Sie sich in ihn und seine Lage hineinversetzen. Denken Sie an ähnliche Situationen, die Ihnen passiert sind. Wie würden Sie sich fühlen, wenn Sie mit einem Produkt absolut unzufrieden sind? Jeder hat doch schon einmal schlechte Leistungen von Unternehmen erlebt. Versuchen Sie dadurch die Situation des Kunden zu verstehen. Ganz wichtig: Teilen Sie dem Kunden mit, dass sie Verständnis für sein Problem haben. Beispielsweise „Das verstehe ich gut, ich wäre an Ihrer Stelle auch nicht ganz zufrieden. Wie können wir das wieder gut machen?“
- **Loben:** Wer wird nicht gerne gelobt? Wenn Sie den Kunden loben, wird er sich geschmeichelt fühlen und sein Ärger wird langsam verschwinden. Sie können beispielsweise sagen: „Gut, dass Sie anrufen und uns über dieses Problem

informieren, so können wir Schlimmeres verhindern. Danke dafür!“

- **Fragen stellen:** Was Kunden gar nicht gerne hören, sind Absagen und Widersprüche. Darunter leidet dann die Gesprächsatmosphäre. Statt einem Kunden zu widersprechen, können Sie auch Fragen stellen und somit die Situation entschärfen. Anstelle von: „Wir können Ihnen keinen Ersatz liefern, da diese Produktserie nicht mehr produziert wird.“ könnten Sie fragen: „Welches unserer neuen Modelle hätten Sie gerne?“ Nahezu jeder Satz kann auch als Frage formuliert werden und gibt dem Kunden, das Gefühl, ernst genommen zu werden. Fragen Sie mehr, als dass Sie behaupten, denn der Kunde möchte gerne seine Meinung äußern. Zum Beispiel, anstatt „Ich denke ...“ sollten Sie den Kunden fragen: „Meinen Sie nicht, dass ...?“ Achten Sie aber darauf, die Fragen stets höflich und freundlich zu stellen.
- **Hilfe anbieten:** Kein Mensch kann alles wissen, auch ein Service-Mitarbeiter nicht. Der Kunde erwartet jedoch zügig Hilfe. Was tun in einem solchen Fall? Am besten, Sie zeigen, dass Sie sich um Hilfe bemühen. Verbinden Sie den Kunden weiter, aber versuchen Sie dabei gleich den richtigen Ansprechpartner zu finden, der dem Kunden weiterhelfen kann. Geben Sie nur Antwort, wenn Sie sich ganz sicher sind. Halb-Auskünfte sind schlimmer als keine. Man muss auch den Mut haben, eine Frage unbeantwortet zu lassen. Sie können auch erst einmal Gegenfragen stellen, um Zeit zu gewinnen und mehr Verständnis zu erlangen. Wenn die Frage nicht dringend ist, können Sie den Kunden auf einen späteren Zeitpunkt trösten und ihn dann zurückrufen, wenn Sie die Antwort in Erfahrung gebracht haben.
- **Humor zeigen:** Fortgeschrittene Telefonierer können sich mit viel Geschick auch an Humor heranwagen. Gerade bei lustig gestimmten Kunden kommt dies gut an und hinterlässt einen bleibenden Eindruck. Auch bei Stammkunden, die Sie schon besser kennen, ist Scherzhaftigkeit oftmals förderlich für eine gute Kundenbeziehung. Allerdings sollten Witze niemals eine bestimmte Personengruppe beleidigen, geschweige denn den Kunden am Telefon. Auch sollten humorvolle Einschübe nicht gekünstelt oder auswendig gelernt rüber kommen. Deshalb braucht es ein bisschen Übung und eine humorvolle Persönlichkeit, um mit Kunden zu scherzen.
- **Small Talk:** Einige Anrufer werden zu Stammkunden, weil sie regelmäßig anrufen. Manche von ihnen beginnen dann einen Small Talk, für den sich ein guter Mitarbeiter auch die Zeit nimmt. Private Worte kosten zwar ein paar Sekunden Zeit, sie verstärken aber den Kundenkontakt und die Kundenbindung.

Was Sie beim Kundengespräch auf keinen Fall tun sollten

Neben Empfehlungen, was Sie bei verärgerten Kunden tun können, gibt es natürlich auch Tabus beim Umgang mit Kunden am Telefon. Diese sind:

- **Wartezeiten:** Jede aus Sicht des Kunden überflüssige Wartezeit macht ihn wütender. Sie können drei Maßnahmen ergreifen, um ihm die Wartezeit angenehmer zu gestalten: schnell reagieren (zum Beispiel schnell an den richtigen Ansprechpartner verbinden), sehr freundlich bleiben und die Situation erklären.
- **Vorwürfe:** Beschuldigen oder Beschimpfen Sie den Kunden nicht, selbst wenn er im Unrecht sein sollte. Bleiben Sie sachlich und begeben Sie sich nicht auf die gleiche unsachliche Ebene, wie beispielsweise schreiende Kunden, die mit aller Macht ihren Willen durchsetzen möchten. In diesem Zusammenhang sollten Sie Du-Botschaften beziehungsweise Sie-Botschaften vermeiden und mit Ich-Botschaften argumentieren. Also nicht: „Das haben Sie falsch verstanden.“ Sondern: „Ich habe mich unverständlich ausgedrückt.“
- **Anderen die Schuld geben:** Service-Mitarbeiter sind das letzte Glied der Kette und meistens nicht Verursacher der Fehler, weshalb die Kunden verärgert anrufen. Trotzdem bekommen Sie den ganzen Frust ab. Das ist nicht gerecht, aber ein Umstand, mit dem Service-Mitarbeiter unbedingt umgehen können müssen. Dem Kunden am Telefon zu sagen, wer schuld ist oder sich aus der Affäre zu ziehen mit einem Spruch wie: „Da kann ich ja nichts für, erzählen Sie das dem Techniker!“ sind absolut tabu.

In folgender Arbeitsvorlage haben wir zusammengefasst, was Sie im Kundengespräch am Telefon unbedingt machen sollten und was Sie lassen sollten. Entwickeln Sie Ihre persönliche Checkliste – für Ihre eigene Arbeit, für die Arbeit im Team oder als Vorgesetzter für Ihre Mitarbeiter.



Nervigen Kunden etwas Positives abgewinnen

Verärgerte Kunden, die sich von sich aus melden, bieten gute Chancen für das Unternehmen, die Unzufriedenheit wieder auszugleichen. Es gibt eine Menge Kunden, die ihren Unmut nicht äußern, einfach von dannen ziehen und nie wieder etwas von diesem Unternehmen kaufen. Da ist es doch besser, sie rufen an und beschweren sich kräftig, aber am Ende können sie – vielleicht nicht alle, jedoch der Großteil – zufriedengestellt werden und als Kunden erhalten bleiben. Zudem sind Beschwerdeanrufe eine Möglichkeit zu erfahren, was die Kunden wollen. Sie liefern Ideen für verbesserte oder neue Produkte für das Unternehmen frei Haus. Der Telefon-Service ist somit ein wichtiges Instrument der Marktforschung.

Dies sollte auch den Mitarbeitern bewusst sein, die mit den Kunden sprechen. Sie repräsentieren am Telefon das Unternehmen und vertreten seine Interessen. Mitarbeiter, die ihre persönlichen Befindlichkeiten im Telefongespräch zu sehr nach außen zeigen und nicht die Position des Unternehmens einnehmen, sind oft fehl am Platz und Grund für den bisweilen schlechten Kundenservice. Laut dem Wirtschaftsjournalisten Jochen Mai von [karrierebibel.de](#) ist das Telefon

„[...] eines der wichtigsten Aushängeschilder von Mitarbeitern und Unternehmen. Denn die Art, wie wir mit Anrufern sprechen oder reagieren, wenn wir angerufen werden, reflektiert sofort, wie offen und kundenorientiert wir und damit das Unternehmen, für das wir arbeiten, ist. Und manchmal spiegelt es sogar das Betriebsklima wider – etwa, wenn im Hintergrund keiner Rücksicht darauf nimmt, dass ein Mitarbeiter gerade telefonieren muss.“

Interview: Richtiger Umgang mit nervigen Kunden am Telefon



Marilla Bax

Petra Oberhofer aus der [business-wissen.de](#) Redaktion hat die [Unternehmensberaterin Marilla Bax](#) ³ befragt, was im Umgang mit schwierigen Kunden zu beachten ist. Die Expertin kennt sich mit Kundenservice aus, denn sie erlebt in ihrer täglichen Arbeit als Trainerin und Beraterin, wo Service-Mitarbeiter Nachholbedarf im Umgang mit Kunden haben.

Frau Bax, wie sollten sich Mitarbeiter generell gegenüber Kunden am Telefon verhalten?

Das Wichtigste ist es, entspannt zu bleiben und sich auf die Herausforderung zu freuen, dem Kunden helfen zu können. Eine konstruktive Grundhaltung und eine offene, freundliche Gesprächsatmosphäre sind beste Voraussetzungen.

Warum ist es so wichtig, den Kunden zufriedenzustellen?

Mir reicht es gar nicht den Kunden zufriedenzustellen, ich möchte den Kunden begeistern. Die Chance, loyale Kunden und damit Kundenbindung zu entwickeln, entsteht nur, wenn er mehr als zufrieden ist. Begeisterte Kunden erleichtern die Zusammenarbeit und führen dazu, dass man motiviert sein Tagewerk verrichtet. Im Ergebnis werden dann Prozesse besser gelebt und die Wirtschaftlichkeit eines Unternehmens profitiert davon.

Welche Möglichkeiten am Telefon gibt es noch, die Kundenbindung zu erhöhen?

Indem ich den Kunden als Ganzes in seiner Situation wahrnehme, kann ich den Kunden vom Unternehmen überzeugen: als Mensch mit seinen persönlichen und aktuellen Bedürfnissen, in seinem Geschäftsprozess und mit der aktuellen technischen Situation. Dies sind die drei wesentlichen Dinge, die man im Service wahrnehmen muss, damit der Kunde loyal ist. Wenn alle drei richtig erfasst und bedient sind, dann habe ich die Chance den Kunden zu begeistern und ihn im Arbeitsalltag optimal zu

unterstützen.

Die Gesprächspartner sehen sich am Telefon nicht. Welche Probleme können daraus entstehen und wie sollten Service-Mitarbeiter am besten damit umgehen?

Das Problem ist, der Mensch ist ein Augentier. Er will sehen. Deshalb heißt es für den Service-Mitarbeiter: "Sprich, damit ich dich höre und sehe". Ich mache mir ein Bild von dem, was ich höre, kann es aber nicht mit dem tatsächlichen Bild abgleichen. Das ist bei Konflikten besonders schwierig, weil ich nicht sehe, was der andere fühlt. Man muss also lernen, auch zwischen den Zeilen zu hören und auf kleinste emotionale Hinweise zu achten. Dafür sind Aufmerksamkeit und Feingefühl gefordert. So kann beispielsweise das Klackern der Tastatur oder das „nervöse“ Spielen mit dem Kugelschreiber als Zeichen der Unaufmerksamkeit oder als Anzeichen für Nervosität interpretiert werden. Wenn ich als Mitarbeiter im Service etwas „geräuschvolles“ wie Tippen auf der Tastatur machen muss, ist es wichtig, dieses Geräusch positiv zu besetzen. Zum Beispiel kann ich das Klappern einleiten mit einem netten Satz wie „Ich schaue gerade mal für Sie nach“.

Es gibt verärgerte Kunden, die schon zu Beginn des Gesprächs sehr aufgebracht sind. Wie sollten die Service-Mitarbeiter darauf reagieren?

Verständnis zeigen ist das A und O für den Service. Auch sich nicht angegriffen fühlen und es nicht persönlich nehmen, sind wichtige persönliche Eigenschaften. Und vor allem: Lächeln. Eine freundliche Stimme, die Verständnis zeigt, ohne überschwänglich zu sein, hilft fast jedem aufgebrachten Kunden, sich zu entspannen. Oft ist es nur das menschliche Bedürfnis seinen Ärger loszuwerden, das dahinter steckt. Mit Verständnis kann ich den Kunden wieder beruhigen und dann das Problem lösen. Nur wenn der Service-Mitarbeiter dieses Handwerk versteht, eskaliert, es nicht auf der emotionalen Ebene.

Was sollten Mitarbeiter auf keinen Fall tun?

Auf keinen Fall sollte ein Service-Mitarbeiter in gleicher Tonlage zurück angreifen oder den Kunden nicht ernst nehmen. Denn dann eskaliert die Situation womöglich. Von Schuldzuweisungen in Form von Du-Botschaften wie „Sie haben mich falsch verstanden...“ sollte man Abstand nehmen, denn die führen zu nichts. Besser ist es, Ich-Botschaften wie „Ich habe mich unklar ausgedrückt“ zu formulieren und den Kunden damit zu beruhigen.

Wann ist der Punkt erreicht, an dem ein Mitarbeiter auflegen darf, und gibt es diesen überhaupt?

Die Schmerzgrenze hat jeder für sich persönlich zu setzen. Wichtig ist es, zu überprüfen, ob der Kunde persönlich wird. Dann sollte der Service-Mitarbeiter den Ausstieg finden und diesen ankündigen. "Mir geht das zu weit, mir wird das zu persönlich und ich werde jetzt auflegen", ist solch eine Möglichkeit für einen Ausstieg, der aber auch wirklich nur im äußersten Notfall angewendet werden sollte. Denn in der Regel kann man den Konflikt schon früher entschärfen, damit es erst gar nicht so weit kommt.

Was hilft bei Vielrednern am besten – unterbrechen oder ausreden lassen?

Bei Vielrednern ist es wichtig, die richtige Fragetechnik zu wählen. Wenn ich den Vielredner mit einer geschlossenen Frage oder einer Alternativfrage beim Luftholen unterbreche, nehme ich ihm die Möglichkeit, weiter zu reden. Er muss dann mit Ja oder Nein antworten und wird dann wieder auf das Wesentliche gebracht. "Habe ich richtig verstanden, dass..." wäre so ein Einstieg, für eine "dämpfende" Frage.

Weist man den Vielredner dazu auch noch darauf hin, dass er viele Informationen gegeben hat, die man erst einmal verarbeiten muss, dann wird er sich in der Regel zurückhalten. Ihm wird dann bewusst, dass er Gefahr läuft, sein Problem sonst nicht schnell genug gelöst zu bekommen. Also auf jeden Fall offene Fragen vermeiden. Sonst öffnet man dem Vielredner Tür und Tor.

Wie können Teamleiter die Service-Mitarbeiter sinnvoll unterstützen?

Zum einen ist sehr wichtig, den Mitarbeitern die angemessene Wertschätzung zu kommen zu lassen. Nur wenn die Kundenbeziehungspflege auch von der Führungskraft als wichtiger Bestandteil der Tätigkeit gesehen wird, ist dies möglich. Für viele Führungskräfte vor allem im technischen Service steht allerdings nur das technische Wissen im Vordergrund. Die Kompetenz, mit dem Kunden angemessen zu sprechen, wird häufig nur als schmückendes Beiwerk gesehen. Dies ist aber

ein wirklich wesentlicher Bestandteil der Arbeit eines Service-Mitarbeiters. Deshalb gehört für mein Verständnis außerdem dazu, dass die Funktion der Service-Mitarbeiter sehr detailliert definiert und dann entsprechend ausgefüllt und weiterentwickelt wird.

Welchen Tipp können Sie Führungskräften geben?

Mein Tipp ist: Geben Sie das Lob der Kunden an Ihre Mitarbeiter weiter. Und bestärken Sie sie darin, dass Lächeln und Freundlichkeit durchaus wichtig sind. Leben Sie es selbst vor und unterstützen Sie ihre Mitarbeiter in der ständigen Weiterentwicklung zum Beispiel durch ein individuelles und konstruktives Coaching am Arbeitsplatz mithilfe eines auf Ihre Servicekultur abgestimmten Beobachtungsbogens.

Haben Sie noch einen Tipp, wie sich Mitarbeiter am Telefon nicht anmerken lassen, dass sie so richtig genervt sind, zum Beispiel von einem Kunden, der schon bekannt ist und jeden Mitarbeiter zur Weißglut bringt?

Lächeln. Tief Luft holen und lächeln. Wenn man lächelt, kann man die Stirn nicht kräuseln. Und wenn man das nicht tut, ist man entspannter und klingt auch so. Noch mal in den Bauch atmen. Dann klappt es auf jeden Fall. Was im Anschluss passiert, wenn Sie den Hörer wieder auflegen, ist ja dann Ihre Sache – dann können Sie getrost Dampf ablassen.

Vielen Dank für das Interview, Frau Bax!

Quellen

Rolf Leicher: [Telefonzentrale und Besucherempfang](#) ⁴

Hanspeter Reiter: [Effektiv telefonieren – Tools, Tipps und Gesprächstechniken für den Businessalltag](#) ⁵

[karrierebibel.de: Telefon-Knigge – Tipps für Telefonate mit schwierigen Leuten](#) ⁶

[po; Titelbild: Robert Kneschke - Fotolia.com]

¹ <http://www.business-wissen.de/fileadmin/download/KundenserviceTelefonNervigeKunden.doc>

² <http://www.business-wissen.de/shop.html>

³ <http://www.marilla-bax.de/>

⁴ <http://www.business-wissen.de/marketing/kundenorientierung/buch/telefonzentrale-und-besucherempfang.html>

⁵ <http://www.business-wissen.de/vertrieb/vertriebstraining/buch/effektiv-telefonieren.html>

⁶ <http://karrierebibel.de/telefon-knigge-tipps-fur-telefonate-mit-schwierigen-leuten/>
