

Call-Center



BERATUNGSBRIEF VON GÜNTER GREFF

AUSGABE 6/08 – JUNI

www.Call-Center-Experts.de

Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe Juni 2008

Holen Sie sich Ihren
Call-Center-Experten ins Haus
Mit dem Beratungsbrief von Günter Greff

Der innovative Fachinforma- tionsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im
2-Monats-Abo



www.Call-Center-Experts.de

Stress-Management:

Ärger ist ein normales Gefühl

Ärger ist ein ganz normales Gefühl im Callcenter-Alltag. Das zielgerichtete Gespräch mit einem Kunden, buchstäblich mit verbundenen Augen, erfordert nicht nur Fingerspitzengefühl und große kommunikative Fähigkeiten, es erfordert vor allem ein hohes Maß an sozialer und emotionaler Kompetenz.

Von Mag. Ulrike Gmachi-Fischer

Bei Verständnisproblemen mit dem Gesprächspartner oder bei empfundener negativer Stimmung des Kunden sollte der Agent in der Lage sein, nicht nur über diese scheinbar feindliche Schwingung hinwegzuhören, er muss darüber hinaus weiterhin freundlich, zuvorkommend und hilfsbereit bleiben. Bei offenen Angriffen des Kunden wird von ihm erwartet, dass er diese eloquent überhört und lösungsorientiert die Zufriedenheit des Kunden wiederherstellt.

Der Ärger, der nach so einem Gespräch übrig bleibt, baut sich im Laufe eines anstrengenden Arbeitstages auf und entlädt sich nicht selten auch bei einem Kunden, der praktisch das Fass zum Überlaufen bringt. Der Rat in vielen Trainings: „Nimm´s nicht persönlich!“, ist zwar gut gemeint, jedoch völlig wertlos, da der Agent nicht weiß, wie er das genau umsetzen soll. Dieser Artikel betrachtet die genaue Entstehung von Ärger und bietet Lösungsansätze an, wie man erfolgreich den Ärger unter Kontrolle hält.

1. Mensch, ärgere dich!

„Sie können sich Ihr Produkt sonst wohin stecken! Ihr verkauft sowieso nur Dreck!“, so ein Kunde an einer Hotline.

Solche emotionalen Explosionen sind neurale Übergriffe. Verantwortlich dafür ist der Mandelkern, ein Zentrum im limbischen Gehirn. Er erklärt in solchen Momenten den Ausnahmezustand und stellt das restliche Gehirn unter seine Befehlsgewalt. Der Neokortex, das „denkende Gehirn“, bekommt gar keine Gelegenheit, auch nur einen Blick auf das Geschehen zu werfen oder zu entscheiden, ob die Reaktion nun eine gute Idee ist.

Kennzeichnend für solche Überreaktionen ist, dass die Betroffenen nachher nicht mehr wissen „was über sie“ gekommen ist. Jedes sensorische Signal, sei es über das Auge, visuell, oder über das Ohr, akustisch, wandert zuerst zum Thalamus und von dort über eine einzige kurze Synapse zum Mandelkern. Ein zusätzliches Signal sendet der Thalamus über eine längere Bahn an den Neokortex.

Erklärung der Begriffe:

Mandelkern: er spielt eine zentrale Rolle bei der emotionalen Bewertung und Analyse von Gefahren.

Thalamus: Informationsfilter, der entscheidet, was im Moment für den Organismus wichtig ist. Was er ausfiltert gelangt nicht in unser Bewusstsein. Eine emotionale Bewertung findet jedoch noch nicht statt.

Neokortex: unser „denkendes Gehirn“.

zu einer „vernünftigen“ Reaktion findet. Der Mandelkern prüft jeden Reiz, ob ihm eine mögliche Gefahr innewohnt, und reagiert sofort mit dem Notfallprogramm, einem Stresshormonausstoß, darunter Adrenalin!

Der Ausstoß des Hormons Adrenalin erzeugt einen Energieschub, um Reaktionen wie Gegenangriff oder Flucht zu ermöglichen.

- Herzschlag und Blutdruck steigen an.
- Das Blut fließt in die äußeren Extremitäten.
- Die Wahrnehmung schränkt sich stark ein. Der Fokus ist tunnelartig auf den Auslöser der Emotion gerichtet.
- Die Gedanken drehen sich ebenfalls ausschließlich um den Auslöser.
- Das Gefühl schüttet Öl ins Feuer und ernährt sich damit selbst.

Ist der Körper erst einmal in einem emotional erregten Stresszustand, wird jeder weitere Auslöser eine noch heftigere Reaktion hervorrufen. Die Situationen schaukeln sich gegenseitig auf, bis sie eine Entladung hervorrufen.

Die Erstprüfung durch den Mandelkern ist aus evolutionärer Sicht sinnvoll. Sie hat es dem Menschen erlaubt, als Art zu überleben, da herannahende Gefahren schnell erkannt und rettende Reaktionen ohne langwierige Analyse und Überlegung ausgelöst wurden.

Diese Funktion des Gehirns ist heute in vielen Fällen noch genauso wichtig, man denke an den Fuß am Bremspedal in einer brenzligen Situation. In unserer komplexen Welt ist diese Funktion aber auch Anlass für unangemessene emotionale Reaktionen.

Gefahren sind heute nicht mehr nur körperlich, sondern können durchaus in Form eines Angriffs auf unsere Würde, unsere Selbstachtung erfolgen, oder wenn wir herablassend, abwertend, ungerecht oder schroff behandelt, beleidigt, erniedrigt werden.

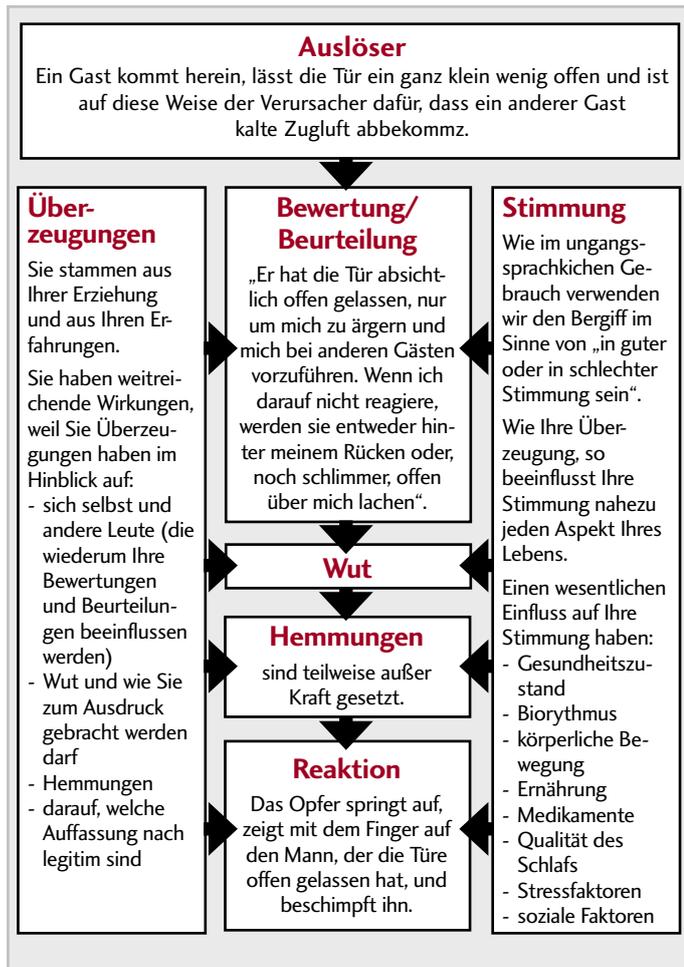
Der Schlüssel zu emotionalem Wohlbefinden liegt daher darin, unsere bedrängenden Emotionen in Schach zu halten. Extreme Emotionen, die zu heftig oder zu lange andauern, untergraben unsere Stabilität. Wir müssen daher die Fertigkeit herausbilden, uns selbst zu beruhigen.

Wie das Modell zur Analyse von Reizbarkeit und Wut von Williams Davis zeigt, ist das Ärgerverhalten kein einfaches Reiz-Reaktions-Schema. Das auslösende Verhalten führt erst nach einer inneren Bewertung zu Wut. Diese Wut wird gefiltert durch Hemmungen und löst dann eine regulierte Reaktion aus. Einfluss auf alle Phasen haben die Glaubenssätze und Überzeugungen des „Wütenden“ und natürlich auch seine Tagesverfassung, seine Stimmung.

Die Verzweigung erlaubt es dem Mandelkern, schon vor dem Neokortex zu reagieren, der die Information auf mehreren Ebenen zerebraler Verschaltung verarbeitet und am Ende

Fortsetzung von Seite 13

Modell zur Analyse von Reizbarkeit und Wut



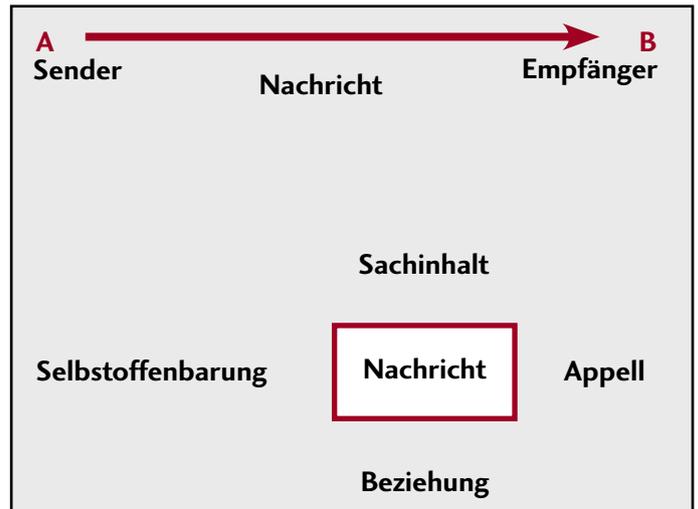
(Quelle: Davis, Williams: Nur nicht aufregen! Über Ärger, Wut und Reizbarkeit. Verlag Hans Huber 2002)

2. Den Ärger managen

Damit es erst zu gar keinen neuralen Überfällen unter dem Kommando des Mandelkerns in unseren Gehirnen kommt, müssen wir möglichst früh in die Entstehung von Ärger eingreifen. Denn einmal vorhandener Ärger versucht, sich selbst als Gefühl zu erhalten. Er zwingt die Gedanken, sich mit dem Auslöser zu beschäftigen und fokussiert dabei vor allem auf jene Aspekte, die uns so richtig schön ärgern. Stresshormone werden unsere Denkfähigkeit einschränken, und unser Verhalten wird den verärgerten Gedanken entsprechen.

Es ist also sinnlos, sich selbst zu beauftragen: „Mensch, ärgere dich nicht!“ oder „Nimm´s nicht persönlich!“. Denn unser Gehirn versteht keine Verneinung. Der implizite Auftrag wäre also: „Mensch, ärgere dich!“ bzw. „Nimm´s persönlich!“

Die erfolgreichste Strategie gegen Ärger setzt deshalb schon bei der Bewertung, der Interpretation des auslösenden Verhaltens an. Wir können das Verhalten des Kunden nicht ändern. Aber wir können unsere Wahrnehmung seines Verhaltens ändern. Jede Botschaft hat mehrere Aspekte, und wir können unzählige Perspektiven wählen, aus denen wir eine Äußerung betrachten. Nach Friedemann Schulz von Thun hat jede Nachricht 4 Seiten. Im Callcenter ist es hilfreich, mit dem sogenannten „Sach-Ohr“ zu hören und beim Sprechen, zum „Sach-Schnabel“ den „Beziehungs-Schnabel“ positiv hinzuzunehmen.



Um eine scheinbar feindliche Äußerung eines Kunden zu entschärfen, hilft die Kunst der Umformulierung, im NLP „Reframing“ genannt. Wir entscheiden selbst, wie wir eine Botschaft hören, denn die Nachricht entsteht nicht beim Sender derselben, sondern beim Empfänger. Je nach Perspektive und „Rahmen“ wähle ich die selbstbelastende oder die selbstschonende Variante der Nachricht.



Ob Sie ein und dieselbe Nachricht feindlich wahrnehmen,



... oder friedlich, entscheiden Sie.

Erst wenn Sie Ihren eigenen Ärger im Griff haben, können Sie Strategien einsetzen, die Ihnen helfen, mit dem Ärger des Kunden umzugehen. Durch Trainings und Übung kann man diese Künste erlernen und sich dauerhaft aneignen. Die daraus resultierende emotionale Kompetenz erleichtert den Umgang mit anspruchsvollen Kunden enorm und macht uns zu erfolgreichen Dialog-Experten.

Wenden Sie sich an Kube, wenn Sie Ihre Kompetenzen stärken und erfolgreicher Ärger-Manager werden wollen.

Zur Autorin: Ulrike Gmachi-Fischer

hat ihr Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaften in den USA abgeschlossen und dann die Kunden-Kommunikation als Werbetexterin und Übersetzerin in New York umgesetzt. Zurück in Österreich hat sie ihre Erfahrungen in interkulturellem Informations- und Kommunikationsmanagement anwenden können. 10 Jahre war sie in der Folge im Kundenservice in namhaften österreichischen Unternehmen tätig, bis sie sich als Unternehmensberaterin und Trainerin für kundenorientiertes Beschwerdemanagement selbständig gemacht hat.

