

Kursinhalte des Online-Learning-Kurses:  
**outbound-Kommunikation**

Modul	Zielsetzung(en)	Inhalte	Dauer in Minuten	enthaltene e-learn-Elemente
<b>1. Grundlagen der Kommunikation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verständnis für eigenes Verhalten und Verhalten des Gesprächspartners</li> <li>- Antwort auf das "Warum" einer optimalen Kommunikation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kommunikationsmodell</li> <li>- Drei Beziehungsebenen(sachlich, unbewußt, bewußt)</li> <li>- Elemente der Beziehungsebenen</li> <li>- Bedeutung der Beziehungsebenen</li> <li>- Das Psychomännchen</li> <li>- Motive, Bedürfnisse</li> <li>- Kaufentscheidungen:Gefühl/Verstand</li> <li>- Unsere Sinnesorgane</li> <li>- Die Wahrnehmungskanäle</li> <li>- Unterschiedliche Behaltensgrade</li> <li>- Bildhafte, anschauliche Sprache</li> <li>- Die Gedächtnisstufen</li> <li>- Der Speichervorgang</li> <li>- Das Langzeitgedächtnis</li> <li>- Die Wirkung von Stimme, Sprache, Mimik und Gestik</li> <li>- Das Lächeln am Telefon</li> <li>- Stimme und Stimmung</li> <li>- Einsatz des aktiven Zuhörens</li> <li>- Das Buchstabieralphabet</li> </ul>	43 Minuten	<input checked="" type="checkbox"/> Präsentation <input checked="" type="checkbox"/> downloads Charts <input checked="" type="checkbox"/> e-learn-Check <input checked="" type="checkbox"/> Homework <input type="checkbox"/> Audio Podcast <input type="checkbox"/> Video Podcast
<b>2. Grundlagen der outbound Kommunikation -Die Gesprächseröffnungsphase-</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Überblick der Einsatzbereiche und Zielsetzungen im outbound</li> <li>- Aufbau und Struktur von Telefonaten kennen lernen</li> <li>- Die Details der Gesprächseröffnungsphase</li> <li>- Formulierungshilfen und -techniken professionellen Verhaltens</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufgabenstellungen bei outbound-Kampagnen</li> <li>- Akquisition, Verkauf, Mahnwesen, Betreuung, Kundenrückgewinnung</li> <li>- Struktur der Telefonate</li> <li>- Die vier Phasen und deren Zielsetzungen</li> <li>- Elemente der Eröffnungsphase</li> <li>- Die Visitenkartenlektion der Begrüßung</li> <li>- Sinnhaftigkeit der Reihenfolge der Begrüßungselemente</li> <li>- Die Zielperson identifizieren</li> <li>- Den Entscheider im BtoC und BtoB ermitteln</li> <li>- Namentliches Ansprechen: Bedeutung und Funktion</li> <li>- Kundennamen nicht richtig verstanden</li> <li>- Kundenorientierte Begründungen bei Nachfragen</li> <li>- Anknüpfungspunkte und Anrufgrund</li> <li>- Die inneren Fragen des Gesprächspartners</li> <li>- Funktion und Inhalte des Anknüpfungspunktes</li> <li>- Der Anrufgrund: Funktion und Inhalte</li> <li>- Worte persönlicher Anerkennung</li> <li>- Die Bedeutung von Streicheleinheiten</li> <li>- Der tägliche Bedarf von Streicheleinheiten</li> <li>- Aktivitäten zum Erhalt von Anerkennung</li> <li>- Beispielformulierungen am Telefon</li> <li>- Der Nutzen für Kunden und Mitarbeiter</li> </ul>	44 Minuten	<input checked="" type="checkbox"/> Präsentation <input checked="" type="checkbox"/> downloads Charts <input checked="" type="checkbox"/> e-learn-Check <input checked="" type="checkbox"/> Homework <input type="checkbox"/> Audio Podcast <input type="checkbox"/> Video Podcast

Kursinhalte des Online-Learning-Kurses:  
**outbound-Kommunikation**

Modul	Zielsetzung(en)	Inhalte	Dauer in Minuten	enthaltene e-learn-Elemente
<b>3. Grundlagen der outbound Kommunikation</b> <b>-Die Gesprächsführung im Dialog-</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientierung innerhalb der Struktur der Telefonate</li> <li>- Die Details der Situations- und Bedarfsanalysephase kennen lernen</li> <li>- Weitere Formulierungshilfen und</li> <li>-Techniken professionellen Verhaltens</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die 4 Phasen im Telefonat</li> <li>- Elemente der <b>Eröffnungsphase</b></li> <li>- Die Phase der <b>Situations-/Bedarfsanalyse</b></li> <li>- Zielsetzungen der Phase 2</li> <li>- Die Funktion von Fragen</li> <li>- Fragetechniken: offen, alternativ, geschlossen</li> <li>- Der Einsatz der drei Fragetechniken</li> <li>- Tabu-Fragewörter ersetzen</li> <li>- Beispielformulierungen für sinnvolle Fragen</li> <li>- Die Alternativfragen und die Gedächtnisse</li> <li>- Die Nutzenorientierte Einleitung von Fragen-der Zaubertrick</li> <li>- Funktion und Beispielformulierungen</li> <li>- Die Bedeutung der Einleitung von Fragen im outbound</li> <li>- Hörbeispiele aus verschiedenen Branchen</li> <li>- Die Wirkung von Reiz- und Negativformulierungen</li> <li>- Weichmacher und Füllwörter</li> <li>- Möglichkeitsformen/Konjunktiv</li> <li>- Worte, die der Gesprächspartner gar nicht mag</li> <li>-Positive Formulierungen einsetzen</li> </ul>	41 Minuten	<input checked="" type="checkbox"/> Präsentation <input checked="" type="checkbox"/> downloads Charts <input checked="" type="checkbox"/> e-learn-Check <input checked="" type="checkbox"/> Homework <input checked="" type="checkbox"/> Audio Podcast <input type="checkbox"/> Video Podcast
<b>4. Grundlagen der outbound Kommunikation</b> <b>-Überzeugen durch Nutzenargumente-</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientierung innerhalb der Struktur der Telefonate               <ul style="list-style-type: none"> <li>- Eröffnungsphase,-Situations- und Bedarfsanalysephase</li> </ul> </li> <li>- Die Details der Präsentationsphase</li> <li>- Weitere Formulierungshilfen und</li> <li>-Techniken professionellen Verhaltens</li> <li>- Die Details der Abschlussphase</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Struktur der Telefonate</li> <li>- Elemente der Eröffnungsphase(wdhlg.)</li> <li>- Vorgehensweise bei der Situations- und Bedarfsanalyse (wdhlg.)</li> <li>- Zielsetzung der <b>Präsentationsphase</b></li> <li>- Lösungen verkaufen</li> <li>- Vertriebsaggressives und partnerschaftliches Verkaufen</li> <li>- Definition des Verkaufens</li> <li>- Nicht Verkaufslogik sondern- psychologisch</li> <li>- Überzeugen durch Information und Motivation</li> <li>- Die Vorteil-/Nutzenargumentation</li> <li>- Einleitungsformulierungen</li> <li>- Hörbeispiele Vorteil-/Nutzenargumentation verschiedener Branchen</li> <li>- Die Wirkung auf den Gesprächspartner</li> <li>- Die Ankerfrage als dialogförderndes Hilfsmittel</li> <li>- Formulierungsbeispiele geeigneter Ankerfragen</li> <li>- Die Zielsetzungen der <b>Gesprächsabschlussphase</b></li> <li>- Die Schritte der <b>Abschlussphase</b></li> <li>- Formulierungsbeispiele: Zusammenfassung, Zielvereinbarung</li> <li>- Abschlussfrage und Verabschiedung</li> <li>- Die Bedeutung der Abschlussphase</li> </ul>	44 Minuten	<input checked="" type="checkbox"/> Präsentation <input checked="" type="checkbox"/> downloads Charts <input checked="" type="checkbox"/> e-learn-Check <input checked="" type="checkbox"/> Homework <input checked="" type="checkbox"/> Audio Podcast <input type="checkbox"/> Video Podcast

Kursinhalte des Online-Learning-Kurses:  
**outbound-Kommunikation**

Modul	Zielsetzung(en)	Inhalte	Dauer in Minuten	enthaltene e-learn-Elemente
<b>5. Grundlagen der outbound Kommunikation -Bedeutung und Umgang mit Kundeneinwänden-</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hintergrundwissen zur Einwandbehandlung</li> <li>- Mögliche Gründe für Kundenaussagen</li> <li>- Schritte der Vorgehensweise</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lenkungstechniken und deren Einfluß auf die Beziehungsebene</li> <li>- Zusammenhang von Lenkungstechniken und Kundenbedürfnissen</li> <li>- Wohldosierter Einsatz von Lenkungstechniken</li> <li>- Kundeneinwände- was ist das?</li> <li>- Häufige Aussagen und Reklamationen im Telefonat</li> <li>- Die Bedeutung der Aussagen</li> <li>- Mögliche Hintergründe der Kundenaussage</li> <li>- Der Vorwandcharakter- was steckt dahinter?</li> <li>- Die Taktik- welche Zielsetzungen werden erfolgt?</li> <li>- Das subjektive Empfinden- was ist das?</li> <li>- Die Wahrheit- Wie erkennt man diese Kategorie?</li> <li>- Die häufigsten Hintergründe von Kundenaussagen</li> <li>- Funktion der Einwandbehandlung</li> <li>- Vorgehensweise bei der Einwandbehandlung</li> <li>- Die 4 Schritte: WpA, Einleitungstechnik, Nutzenargumentation, Ankerfrage</li> <li>- Einleitungstechnik: Bumerang, Hypothese, Jsoliertechnik</li> <li>- Einwände mit Fragen hinterfragen</li> <li>- Hörbeispiele Einwandbehandlungen verschiedener Branchen</li> </ul>	46 Minuten	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Präsentation</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> downloads Charts</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> e-learn-Check</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Homework</li> <li><input type="checkbox"/> Audio Podcast</li> <li><input type="checkbox"/> Video Podcast</li> </ul>
<b>6. Umgang mit Reklamationen und Beschwerden</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kennenlernen der Auswirkungen von Reklamationen</li> <li>- Hineinversetzen in die Kundenperspektive</li> <li>- Hintergrundwissen zu Kundenreaktionen</li> <li>- Unglückliche Verhaltensweisen bei Entgegennahme</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Die Auswirkung von Reklamationen</li> <li>- Die Hemmnisse der Kunden, Unzufriedenheit nicht zu melden</li> <li>- Unterschied: Reklamation und Beschwerde</li> <li>- Die negativen Aspekte und Auswirkungen</li> <li>- Die positiven Aspekte und Auswirkungen</li> <li>- Inwiefern bieten Reklamationen Chancen</li> <li>- Die TARP-Studie für das Reklamationsmanagement</li> <li>- Reklamation aus Kundensicht</li> <li>- Die Bandbreite der Reaktionen und Verhaltensweisen</li> <li>- Die beiden Kategorien der Reaktionen</li> <li>- Gründe für unsachliche und aggressive Verhaltensweisen</li> <li>- Reklamation aus Mitarbeitersicht</li> <li>- Empfindungen und Betrachtungsweisen</li> <li>- Die häufigsten Fehler bei der Entgegennahme - Beispieläußerungen</li> <li>- Fünf typische Fehlerkategorien</li> <li>- Das richtige Verhalten bei der Reklamationsannahme</li> <li>- Welche Faktoren beeinflussen die Wahrnehmung des Kunden</li> <li>- Die vier Aspekte der Interaktionsqualität durch den Mitarbeiter</li> <li>- Das "offene" Ohr</li> <li>- Signale und Formulierungen für Verständnis und Einfühlungsvermögen</li> <li>- Hilfsbereitschaft durch Bumerang und Fragen signalisieren</li> <li>- Aktivität und Verlässlichkeit tragen zur Kundenzufriedenheit bei</li> </ul>	59 Minuten	<ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> Präsentation</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> downloads Charts</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> e-learn-Check</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> Homework</li> <li><input type="checkbox"/> Audio Podcast</li> <li><input type="checkbox"/> Video Podcast</li> </ul>