

Buch der Woche



Kundenorientiert telefonieren von Hans-Michael Klein. Cornelsen, 189 Seiten, 14,95 Euro.

Inhalt: Wer beruflich telefoniert, wirkt automatisch nach außen und prägt das „akustische Erscheinungsbild“ seines Unternehmens mit. Gleichzeitig bietet das Telefon aktiv die Möglichkeit, Kundenorientierung umzusetzen, Kundenbeziehungen zu pflegen und das Telefon als Marketinginstrument zu nutzen. Wie jeder einzelne Mitarbeiter im Unternehmen dies leisten kann, vermittelt dieses Buch. Es liefert konkrete Tips für kundenorientiertes Telefonieren und erfolgreiche Akquise. Dabei, so die Kernaussage, reicht brillante Rhetorik nicht aus, wenn es an Kundenorientierung mangelt. Der Autor erläutert, wie Beschwerden professionell bearbeitet werden, und erklärt auch rechtliche Aspekte.

 exzellent

Praxiswert: Jede Zeile dieses Titels belegt, Hans-Michael Klein ist ein Mann der Praxis. Wer täglich Anrufe von Kunden entgegennimmt, erkennt sich und die Anrufer wieder – und findet wirksame Tips, um das eigene Telefonverhalten zu verbessern. Wer per Telefon

VERLOSUNG

Vom Buch der Woche verlost das Abendblatt fünf Exemplare. Und so sind Sie dabei: Wählen Sie unsere

**Gewinnhotline
(0190) 24 15 24**

(ein Service von CompuTel, 62 Cent pro Minute aus dem Festnetz) und geben Sie das Stichwort „Telefon“ an. Oder schreiben Sie bitte eine **Postkarte** an das

Hamburger Abendblatt
Beruf & Erfolg
Stichwort: Telefon
20816 Hamburg

Der Teilnahme schluß ist der 1. Februar 2004 (Poststempel). Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

akquiriert, kann durch die Lektüre seine Gesprächsführung optimieren. Und Führungskräfte, die für die Kundenorientierung verantwortlich sind, haben sicher einige Aha-Erlebnisse, was alles schief laufen kann – und verbessert werden muß. Minus: Mehr Tips für schwierige Situationen, etwa mit aufgebrachten Anrufern, wären wünschenswert.

 gut

Präsentation: Wann immer der Autor Fehlverhalten beschreibt, tut er das mit einem Augenzwinkern – und bereitet so ein kurzweiliges, lehrreiches Lesevergnügen. Die Tips sind zwar handfest, aber nicht durchgehend hervorgehoben, sondern teilweise im Text versteckt. Ein komprimierter Leitfaden, etwa für die Gesprächsvorbereitung, fehlt. Ein weiteres Manko: Der Text springt ständig zwischen verschiedenen Perspektiven hin und her, der rote Faden geht verloren.

 mäßig

SABIN BERGMANN