

Sind Sie für Ihre Kunden erreichbar?



Erhöhung der telefonischen Erreichbarkeit durch effizientes Call-Management

Von Eric Drissler , ED Computer & Design e.K.

Die Suche nach dem passenden Interessenten ist ein holpriger Weg zwischen zahlreichen Gesprächen und Besichtigungsterminen. Fakt ist: Es muss für den Verkauf bzw. die Vermietung Ihrer Immobilien geworben wer-

den, und hierzu sind Ausgaben in Form von Marketingmaßnahmen nötig.

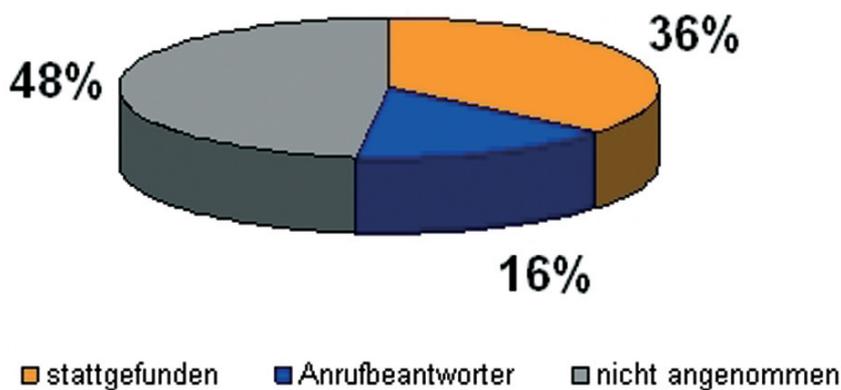
Nicht nur die klassischen Zeitungsanzeigen dienen Ihnen hierbei als Werbeinstrument,

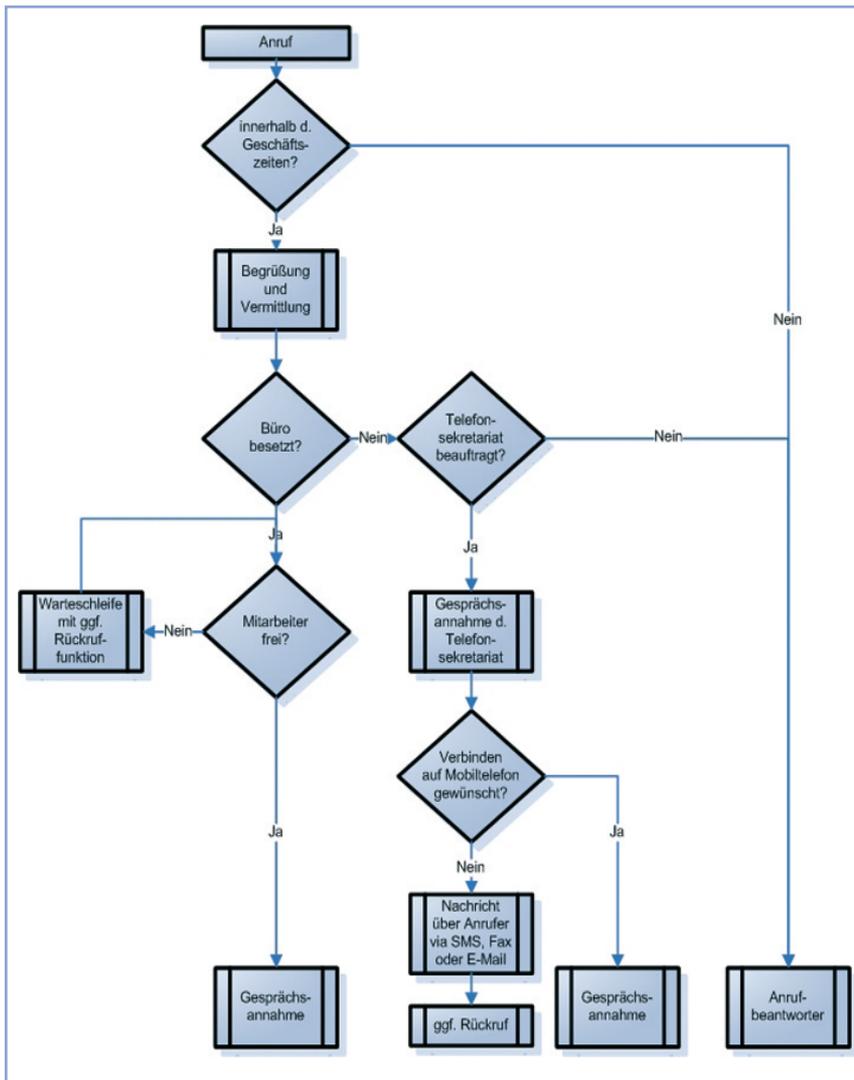
sondern auch Ihre eigene Webseite, die Visitenkarte oder Ihr Schaufenster. Selbst Immobilienportale, die Schrittmacher für neue Trends, bringen nicht allein Ihre Objekte an den Interessenten. Sie dienen nur der Bekanntmachung Ihrer Angebote und Dienstleistungen. Was wirklich zählt, ist das gesprochene und persönliche Wort.

In den letzten Jahren wurden die Kosten für die Telekommunikation zunehmend gesenkt. In Zeiten der Flatrates für das Festnetz und den Mobilfunk stellen diese meist einen vernachlässigbaren Faktor dar. Doch wie sieht es mit der telefonischen Erreichbarkeit in Ihrem Betrieb aus? Der Portalanbieter Immobilien scout24 hat 2006 in seinem Telefontracking die genauen Zahlen ermittelt: 48% aller Anru-

Ihre telefonische Erreichbarkeit

Quelle: Telefontracking: ImmobilienScout GmbH Okt. 2006





fer hören lediglich ein monotones Freizeichen und 16% eine Bandansage. Das heißt 64% aller Anrufe werden nicht persönlich beantwortet. Dies ist ein sehr erschreckendes Ergebnis.

Wenn man die Aussage aus „The Inbound Telephone Call Center“ betrachtet, dass 94% aller Marketingausgaben dafür verwendet werden, Ihre Kunden zum Anruf zu bewegen (z.B. durch Werbeanzeigen oder Veröffentlichung Ihrer Objekte im Internet) und lediglich 6% dafür, wenn Ihr Kunde Sie erreichen möchte (z.B. professionelle Telefonansagen oder Telefontrainings Ihrer Mitarbeiter) dann

erscheint dies schon als eine merkwürdige und im Grunde unlogische Strategie. Wurden Sie beim ersten Telefonanruf nicht erreicht, werden es 34% der Anrufer kein zweites Mal versuchen - so die Studie aus „The Voice Response“.

Hört ein Interessent nur Stille, so wird er innerhalb der ersten 40 Sekunden auflegen. Zu diesem Ergebnis kam die „North American Telecommunications Association“. Was sollten Sie also ändern?

Die erste Entscheidung liegt meist auf einer Rufumleitung auf ein Mobiltelefon. Doch beson-

ders professionell wirkt ein Klingeln während eines Besichtigungstermins nicht. Des Weiteren gibt es dem Kunden die Möglichkeit in Ihrer Abwesenheit sich das Objekt etwas genauer unter die Lupe zu nehmen. Was machen Sie jedoch, wenn Sie Einzelkämpfer ohne eigenes Backoffice sind? Ein Anrufbeantworter ist sicherlich der kostengünstigste Weg. Doch bedenken Sie: Die Maschine ist Ihre akustische Visitenkarte. Somit sind im Auto aufgenommene Mailboxen oder die Bandansage mit Vogelgesang im Hintergrund nicht gerade ein perfektes Aushängeschild.

Die Lösung ist denkbar einfach: Sie müssen erreichbar sein. Hier hilft Ihnen die Telekommunikationsbranche mit passenden individuellen Lösungen. Je nach Bürogröße und Anforderungen kommen intelligente Call-Management-Lösungen zum Einsatz. Diese können mit einem Anrufbeantworter mit passender professioneller Sprachansage für wenige hundert Euros beginnen. Die Steigerung liegt dann in einer dynamischen Rufverteilung auf Ihre Telekommunikationsgeräte, die den Anrufer an die richtige Stelle verbindet.

Die Königslösung ist im Rahmen des Call-Managements sicherlich der zusätzliche Einsatz von externen Telefonsekretariaten. Dafür berechnen doppelt externe Dienstleister in der Regel eine monatliche Grundgebühr und pro Gespräch einen bestimmten Betrag. Sie entscheiden selbst, ob Sie nur informiert oder ob Ihnen Gespräche durchgestellt werden sollen. Nutzen Sie die technischen Möglichkeiten als Stützpfiler Ihrer telefonischen Erreichbarkeit und sorgen Sie damit für zufriedener Kunden und Auftraggeber.