

**Lernbrief**

# **Kommunikation**

**A**

**Prozess-  
übergreifende  
Themen**

# Gliederung

<b>1 Einleitung</b>	<b>6</b>
<b>2 Lernziele</b>	<b>7</b>
<b>3 Theoretische Grundlagen der Kommunikation</b>	<b>8</b>
3.1 Begriff „Kommunikation“	8
3.2 Sender und Empfänger	9
3.3 Inhalts- und Beziehungsebene der Kommunikation	10
3.4 Kommunikationsstörung	13
3.5 Einfluss der Einstellung	14
3.6 Selbst- und Fremdwahrnehmung	15
3.7 Übungen zum Lernabschnitt 3	21
<b>4 Beratungsgespräch</b>	<b>23</b>
4.1 Allgemeines	23
4.2 Gute Gesprächsatmosphäre schaffen	23
4.3 Erwartungen des Kunden berücksichtigen	26
4.4 Freundliche Begrüßung	26
4.5 Äußeres Erscheinungsbild prägt	27
4.6 Gestik und Mimik verraten die Gedanken	27
4.7 Jeder hört gern seinen Namen – Nutzen Sie dieses Wissen!	30
4.8 Zuhören gibt das Gefühl von Verständnis	30
4.9 Fachsprache ist fehl am Platz	31
4.10 AOK-Formulare ausfüllen	31
4.11 Über Informationen freut sich jeder	32
4.12 Störungen möglichst vermeiden	33
4.13 Gespräche positiv beenden	33
4.14 Übungen zum Lernabschnitt 4	34
<b>5 Kundengespräch</b>	<b>35</b>
5.1 Vorbereitungsphase	35
5.2 Kontaktphase	36
5.3 Informationsphase	36
5.3.1 Wozu dienen Fragen?	37
5.3.2 Welche Fragetypen gibt es?	38

5.3.2.1 Berichtsfrage (geschlossene Frage)	38
5.3.2.2 Meinungsfrage (offene Frage)	38
5.3.2.3 Entscheidungsfrage	39
5.3.2.4 Alternativfrage	39
5.3.2.5 Begründungsfrage	40
5.3.2.6 Suggestivfrage	40
5.3.2.7 Direkte und indirekte Frage	41
5.3.2.8 Echotechnik und inhaltliche Wiederholung	41
5.3.2.9 Kontrollfrage	42
5.3.3 Was gilt es beim Fragen zu beachten?	42
5.4 Verhandlungsphase	43
5.4.1 Argumentation	43
5.4.2 Einwandbehandlung	48
5.4.3 Beschwerden	51
5.5 Abschlussphase	52
5.6 Nachbereitungsphase	54
5.7 Übungen zum Lernabschnitt 5	55
<b>6 Verkaufsgespräch</b>	<b>58</b>
6.1 Gesprächseröffnung	59
6.1.1 Gesprächsvorbereitung	59
6.1.2 Kommunikation als Eisberg	61
6.2 Bedarfsermittlung	64
6.2.1 Fragen	64
6.2.2 Zuhören	66
6.2.3 Kaufmotive	67
6.3 Angebotsphase	71
6.3.1 Motivbezogene Kunden-Nutzen-Argumentation	71
6.3.2 Preisgespräch	73
6.3.3 Einwände als Chance	74
6.3.3.1 Vorwegnahme-Methode	78
6.3.3.2 Plus-Minus-Technik	79
6.3.3.3 Ja-und-Technik	80
6.3.3.4 Bumerang-Technik	81

6.3.3.5 Analogie-Technik	81
6.3.3.6 „Auf Eis legen“	82
6.4 Abschlussphase	83
6.4.1 Abschlusstechnik	84
6.4.2 Abschluss-Sicherung	86
6.4.3 Weiterempfehlung	87
6.4.4 Gesprächsausstieg	88
6.5 Wirtschaftlichkeitsgesichtspunkte	88
6.6 Übungen zum Lernabschnitt 6	89
<b>7 Kundenorientiertes Telefonieren</b>	<b>91</b>
7.1 Stimme	91
7.2 Stimmlage	93
7.3 Lautstärke	93
7.4 Sprechtempo	94
7.5 Besonderheiten im Info-Center/Call-Center oder in der Telefonzentrale	95
7.6 Phasen des Telefongesprächs	96
7.7 Übungen zum Lernabschnitt 7	100
<b>8 Beraterfähigkeiten</b>	<b>103</b>
8.1 Eigenmotivation	104
8.2 Kreativität	108
8.2.1 Umgang mit Problemen	109
8.2.2 Kreativitätstechniken	110
8.3 Teamfähigkeit	112
8.3.1 Feedback	114
8.3.2 Offenheit	115
8.3.3 Kritik- und Lobpraxis	116
8.4 Übungen zum Lernabschnitt 8	118
<b>9 Konfliktgespräche</b>	<b>121</b>
9.1 Konfliktarten	121
9.2 Konfliktursachen	122

9.2.1 Logische Konflikte, bei denen eine Seite eindeutig Recht hat	122
9.2.2 Logisch nicht lösbare Konflikte, bei denen beide Seiten aus ihrer Sicht im Recht sind	124
9.3 Konfliktfähigkeit	124
9.3.1 Umgang mit Konflikten	125
9.3.2 Entspannungstechniken	125
9.3.2.1 Schnelle Entspannungsmethoden	126
9.3.2.2 Langfristige Entspannungsmethoden	127
9.4 Konfliktlösung	128
9.4.1 Kundenkonfliktgespräche	128
9.4.1.1 Günstige Ausdrucksweisen	129
9.4.1.2 Körpersignale	131
9.4.1.3 Konfliktmanagertypen	134
9.4.2 Teamkonflikte	134
9.4.2.1 Ungünstige Konfliktlösungsstrategien	134
9.4.2.2 Günstige Konfliktlösungsmodelle	136
9.5 Übungen zum Lernabschnitt 9	137
<b>10 Kundenorientierte Briefe</b>	<b>141</b>
10.1 Kriterien eines verständlichen Textes	148
10.2 Anforderungen an einen Brief	149
10.3 Äußere Form	149
10.3.1 Formatnormung	149
10.3.2 Vordrucknormung	151
10.3.3 Klares Profil	151
10.3.4 Aufbau eines Briefs	151
10.4 Kennzeichen kundenorientierter Briefe	153
10.4.1 Kurze Sätze sind verständlich	153
10.4.2 Füllwörter sind überflüssig	154
10.4.3 Klare Worte, klare Formulierungen	154
10.4.4 Natürliche Sprache – keine Floskeln	155
10.4.5 Verben statt Substantive	155
10.4.6 Treffende Adjektive wählen	156
10.4.7 Positive Formulierungen	156

10.4.8 Aktive Formulierungen	157
10.4.9 „Sie-Stil“ ist persönlicher	157
10.4.10 Sparsam Paragrafen einsetzen	158
10.4.11 Höflichkeit nutzen	158
10.4.12 Schlusssatz	158
10.4.13 E-Mail	159
10.4.14 Rechtschreibreform	161
10.5 Übung zum Lernabschnitt 10	161
<b>11 Kooperation</b>	<b>162</b>
11.1 Kooperation im AOK-Alltag	162
11.2 Team	165
11.2.1 Voraussetzungen für Teamarbeit	166
11.2.2 Teamarbeit	167
11.2.3 Mögliche Vorteile der Teamarbeit	169
11.3 Kommunikationsformen in der Zusammenarbeit	169
11.4 Kooperationsformen in der AOK	172
11.5 Nutzen der Kooperation für die Beteiligten	173
11.6 Übungen zum Lernabschnitt 11	173
<b>12 Auskunft, Aufklärung und Beratung</b>	<b>174</b>
12.1 Auskunft	174
12.2 Aufklärung	174
12.3 Beratung	174
<b>13 Zusammenfassende Selbstkontrolle</b>	<b>175</b>
<b>14 Lösungen zu den Übungen im Text</b>	<b>178</b>
<b>15 Lösungen zur zusammenfassenden Selbstkontrolle</b>	<b>195</b>