

Das 1x1 des Audio-Marketings

Checkliste positiver Kundeneindruck



Kriterium für den positiven Eindruck seitens des Kunden

Sie treffen auf eine einfache Struktur, einen leicht verständlichen Call Flow.

Die Option Mehrsprachigkeit wird angeboten.

Es wird neben dem Self Service die Möglichkeit des persönlichen Gesprächs mit einem Callcenteragent oder Sachbearbeiter angeboten.

Der Sprachdialog ist nachfrage-getrieben, nicht anbieter-getrieben; Sie merken, dass der Sprachdialog „vom Kunden und seinen möglichen Bedürfnissen her gedacht“ ist.

Im Sprachdialog ist ein respektvoller, serviceorientierter Umgang mit dem Kunden angelegt, die Ansagen sind eindeutig und verzichten auf Fremdwörter, unmotivierte Anglizismen oder pseudomodernes Deutsch-Englisch („Denglisch“); Fehler des Kunden bei Eingabe oder Ansage, die beispielsweise eine Wiederholung verursachen, werden sympathisch, nicht „bürokratisch“ aufgefangen.

Die Corporate Voice und gegebenenfalls die Text Voices sind sehr angenehm und Ihnen (im Idealfall aus anderen Touchpoints zum Unternehmen) bekannt; sie passen zur Markenbotschaft des Unternehmens oder dem Markenkern.

Auditive Elemente wie Corporate Music, Sound Scape, Song, Jingle, Earcon etc. sind animierend, effizient und intelligent eingesetzt. Sie versetzen den Kunden oder Anrufer in eine gute kommunikative Stimmung.

Das Unternehmen hat im Sprachportal seine auditive Visitenkarte eindeutig, wiedererkennbar sowie kohärent (soweit Sie auf Erfahrung mit anderen Touchpoints zum Unternehmen wie Internet, TV Spots, Werbung o. Ä. zurückgreifen können) umgesetzt.

Die Gesamteindruck von der technischen Umsetzung bis zur Serviceleistung der Mitarbeiter passt zur Botschaft des Unternehmens und zum Markenkern.

Die Gesamtanmutung des Portals ist nach Ihrer Empfindung überlegt, positiv, freundlich, hilfsorientiert, effektiv.
