

Neukunden-Überprüfung per Telefonanruf

Ist es eine seriöse Anmeldung?

Ein neuer Kunde, wie schön! Aber woher wissen Sie, ob es sich um einen ernsthaften Kunden oder einen "Spaßvogel" handelt, über den niemand lachen kann, vielleicht sogar um einen Betrüger? Den Ausweis kontrollieren können Sie nicht und wenn der Neue nur falsche Angaben einträgt, haben Sie so gut wie keine Chance, ihn aus der Anonymität des Internets zu enttarnen. Diesen Umstand nutzen Störer, um "Scherzbestellungen" aufzugeben, sich in Partnerbösen mit Phantasie-Identitäten anzumelden, Domains und Server zu reservieren, teures Infomaterial an willkürliche Telefonbuchadressen senden zu lassen. Beispiel gibt es viele und leider entsteht in jedem einzelnen Fall nicht nur Ärger, es kostet auch Geld.

Rufen Sie Ihren Kunden an

Es gibt einen einfachen und sicheren Weg, die Anonymität des Internets aufzuheben. Rufen Sie ihren Kunden an. Lassen Sie sich seine Telefonnummer geben und rufen Sie zurück. Kann man nicht machen? Bei einem solchen Anruf kommt es nur drauf an, wie er erfolgt. Dazu kommen wir später noch ausführlich. Einige Anbieter im Netz tun es bereits und auch von Ebay hört man, dort sei geplant, Kunden aus Sicherheitsgründen anzurufen und zwar immer dann, wenn der Kunde von einem fremden Rechner aus seine Ebay-Daten eingibt. Damit wird verhindert, dass Betrüger sich fremder Identitäten bedienen.

Mit geringem Auswand zu realisieren

Ein Anruf beim Kunden kostet Sie weniger als 40 Cent. Dafür finden Sie einen Dienstleister, der diesen Anruf für Sie durchführt. Natürlich ist dieser Vorgang automatisiert. Nachdem der Kunde die Telefonnummer eingegeben hat, klickt er auf "jetzt anrufen". Im selben Moment klingelt bei ihm das Telefon und er hört eine von Ihnen vorgegebene, freundliche Begrüßung. Danach nennt ihm eine Computerstimme einen 4-stelligen Zifferncode, den er wiederum in Ihr Anmeldeformular einträgt. Schon haben sie eine geprüfte Telefonnummer, über die Sie im Bedarfsfall schnell ermitteln können, wer sich da wirklich angemeldet hat. Sicher bietet ein solcher Anruf keine hundertprozentige Sicherheit. Die Erfahrung hat aber gezeigt, dass Betrüger und Spaßvögel nur sehr, sehr ungern ihre Telefonnummer preisgeben und dadurch ein hoch wirksamer Abschreckungseffekt gegeben ist.

Wie reagiert der Kunde auf einen solchen Anruf?

"Jede Verkomplizierung des Bestellvorganges bedeutet mehr Abbrüche, wenn nun auch noch ein Telefonanruf eingebunden wird, hat das unabsehbare Folgen." Dieses Argument vertreten die meisten Skeptiker und Kritiker der telefonischen Neukundenüberprüfung. Im Grunde haben sie recht, auf den Telefonrückruf trifft es aber nur zu, wenn er nicht richtig gemacht und erklärt wird. Wichtigster Punkt dabei ist, dem Kunden nicht das

Gefühl zu geben, ihm zu misstrauen, sondern ihn mit dem Anruf begrüßen zu wollen. Niemand hat etwas dagegen, von dem, bei dem er sich gerade anmeldet, angerufen zu werden, außer er hat etwas zu verbergen oder es ist einfach nicht möglich, zurzeit einen Anruf zu empfangen.

Schicken Sie Ihre Neukunden mit dem Rückruf nicht in eine Falle, aus der sie nicht entkommen können. Mancher kann nicht telefonieren, wenn er im Internet ist oder hat andere, gute Gründe, nicht angerufen werden zu können. Kein Kunde soll Ihnen durch die telefonische Überprüfung verloren gehen. Deshalb sollte es für den Kunden immer die Möglichkeit geben, auch ohne Rückruf zu bestellen. Dazu muss ins Bestellformular zusätzlich zum "jetzt-anrufen-Button" ein "ich-möchte-nicht-angerufen-werden-Button" eingebaut werden. Auf diese Weise hat der Kunde die Wahl und fühlt sich nicht unter Druck gesetzt. Die wenigen Fälle, in denen ein Kunde nicht angerufen werden will, können Sie leicht von Hand auf Störer nachkontrollieren und haben mit dieser Doppelstrategie eine Situation geschaffen, in der Ihnen durch das automatische Rückrufsystem viel Sicherheit geboten wird, ohne dass Sie den Bestellvorgang mit neuen Hürden erschweren, was natürlich niemand will.

Denken Sie bitte immer daran, dass Sie es in der Hand haben, dem Kunden mit freundlichen, auf seinen Nutzen gerichteten Worten den Rückruf zu erklären und damit seine Akzeptanz zu erreichen: "Damit wir ihre Bestellung so schnell wie möglich ausführen können, möchten wir sie kurz anrufen...". Schon handeln Sie im Interesse des Kunden, was von ihm bemerkt und honoriert wird. Wenn alles richtig gemacht ist, erreichen Sie mit dem Einbau eines Rückrufdienstes tatsächlich einen Doppelnutzen. Die Störer werden abgeschreckt, aber Kunden fühlen sich verstanden, ernst genommen, freundlich begrüßt und empfinden Ihr Angebot als gewissenhaft und seriös.

Auf die Technik kommt es an

Um den Anmelde- oder Bestellvorgang nicht zu stören, ist es ebenfalls von entscheidender Bedeutung, den Verifikations-Anruf nahtlos in den Anmeldevorgang zu integrieren. In die Anmeldung müssen mehrere neue Funktionen eingebaut werden. Eingabe der Telefonnummer, unter welcher der Kunde im Moment zu erreichen ist, denn es könnte ja sein, dass er die Bestellung vom Büro aus durchführt, dann nützt es nichts, wenn bei ihm zuhause das Telefon klingelt. Gleichzeitig sollte der Kunde sehen, welche Nummer er eingegeben hat, damit er einen eventuellen Tippfehler erkennen kann. Wenn das der Fall war, muss es eine Wiederholungsfunktion geben, damit der Fehler korrigiert werden kann. Sobald der Kunde seine Telefonnummer eingegeben hat und auf "jetzt Anrufen" klickt, muss bei ihm das Telefon klingeln.

Sofort und nicht erst ein 3 Minuten, weil eventuell keine Leitung frei ist. Um einen Anruf in Echtzeit gewährleisten zu können, muss ein leistungsfähiges System dahinter stehen, welches auch die Spitzen problemlos abdeckt. Schon aus diesem Grund ist es für die meisten Anbieter wirtschaftlicher, die Anrufe über einen speziellen Dienstleister durchführen zu lassen, als ein eigenes System zu installieren. Das würde sich aufgrund des hohen technischen Aufwands erst bei vielen Hundert Anrufen pro Tag lohnen. Wer jedoch so viele Anrufe pro Tag generiert, bekommt beim Dienstleister ganz sicher Sonderkonditionen.

Nicht jeder Kunde muss überprüft werden

Wenn Sie zum Beispiel einen Online-Shop betreiben, müssen sie nicht jeden Kunden überprüfen. In Abhängigkeit von der gewählten Zahlungsart und vom Wert des Warenkorbes können Sie sich auf Risikogruppen konzentrieren. Denken Sie aber bitte auch daran, dass Sie bei einer Nachnahimestellung zwar die Ware nicht verlieren können, aber ein Rückläufer jede Menge Arbeit und Kosten verursacht. Knapp 40 Cent für eine

telefonische Überprüfung dieser Bestellung wären dann gut investiert gewesen. Jeder Anbieter kennt seine Problemfelder und kann dieses Wissen in der Konfiguration des Moduls zu telefonischen Neukundenprüfung einbringen.

Hier sollte man sich nur rechtzeitig Gedanken machen, denn je spezieller die eigene Lösung ausgearbeitet ist, desto effektiver arbeitet sie. Für einige bekannte Shopsysteme gibt es bereits fertige Module, die mit geringem Aufwand zu integrieren sind. Damit reduziert sich der notwendige technische Aufwand, um neue Kunden telefonisch überprüfen zu können, auf weniger als eine Stunde.

Einfach mal ausprobieren

Nach so viel Theorie noch etwas Praxis. Wenn Sie gern wissen möchten, wie sich ein Rückruf tatsächlich aus Kundensicht darstellt, dann probieren Sie es einfach aus. Auf der Seite www.12check.de finden Sie Testshops, in denen Sie unverbindlich eine Neukundenbestellung aufgeben können. Durchlaufen Sie den Bestellvorgang und begegnen Sie dabei der Telefon-Verifizierung.

Achten Sie einerseits auf die verschiedenen Funktionen, Kundenirrtümer auszugleichen (vor-zurück, Nummer-falsch, nochmal-probieren), die Ausweichmöglichkeit für Kunden, die nicht-angerufen-werden-wollen, besonders auch auf die Integration in den Bestellvorgang und natürlich auf den Text des Anrufs. Text und Tonfall beim Anruf entscheiden letztlich darüber, wie der Kunde den Vorgang empfindet und für sich abspeichert. Hier können Sie bei Ihren Kunden noch ein paar Extrapunkte sammeln. Selbstverständlich sind die Mustershops ohne jede Verpflichtung, dort wird nichts verkauft, es geht nur darum, eine noch wenig bekannte Dienstleistung dem Fachpublikum vorzustellen.

Erschienen: 08/2008

Autor: Claus Wagner



Claus Wagner ist Kaufmann und führt seit 2003 verschiedenen Projekte im Internet durch. Im Juni 2007 wurde er einer von 3 Gründungsgesellschaftern der Gesellschaft für Sicherheit im E-Commerce mbH, zu der die 12check-Telefonverifizierung gehört.