

Wie (er)leben Sie die **K**undenorientierung, **K**ompetenz und **K**ommunikation?
Eine Anregung zum Perspektivwechsel für Berater*innen und Trainer*innen.

Kennen Sie die Metapher vom Waldarbeiter, der sich an der Fällung eines Baumes müht, derweil Sie einmal rund um den See joggen?

Wieder bei ihm angekommen, fragen Sie, was er davon halte, die Säge zu schärfen.
„Da habe ich keine Zeit zu“ sagt er kurzatmig und müht sich kraftvoll weiter.

In der Realität erlebt man vor Angebotsabgabe auch manchmal diese Situation auf beiden Seiten des Verhandlungstisches. Als Ergebnis kommt dann spätestens bei der Evaluierung heraus, dass eine andere Vorgehensweise die Erwartungen besser getroffen hätte. Hätte, hätte, Sägekette...

Um verständlich und kundenorientiert zu kommunizieren, bedarf es neben etwas Zeit auch ein Stückweit Selbstreflexion. Dazu möchte ich Ihnen einige Beispielfragen mit auf den Weg geben, quasi als Ihren eigenen Schleifstein.

- Weshalb wurden Sie eingeladen (z.B. Selbstakquise oder Empfehlung)?
- Was war der Impuls aus der Selbstakquise?
- Wie wurden Sie weiterempfohlen (Erwartungshaltung bereits gesetzt)?
- Welche Informationen über das Unternehmen/ die Branche brauchen Sie vorab?
- Was ist Ihr Interesse und Ihre Motivation, dieses Gespräch zu führen?
- Wie ist Ihre Einstellung zum angefragten Thema/ zum Unternehmen?
- Wie viel Zeit haben Sie für das Gespräch?
- Mit welchen Erwartungen gehen Sie in das Gespräch?
- Welche Erwartungen vermuten Sie bei Ihrem Gegenüber?
- Welche Rolle nehmen Sie ein?
- Welche Rolle hat Ihr*e Gesprächspartner*in (Entscheider*in/ Multiplikator*in/ Überbringer*in)?
- Welche Gesprächsstrategie setzen Sie an?

- Wie klar ist die Zielsetzung des Auftrags bereits formuliert?
- Wie setzt sich der Kreis der Teilnehmenden / Beteiligten zusammen?
- Wie soll Ihre Maßnahme im Gesamtkontext eingebunden werden?
- Welche Erfahrung existiert bereits bei Ihrem Gegenüber und anderen Beteiligten zum Thema/ ähnlichen Maßnahmen?
- Über welche Kompetenzen verfügen Sie?
- Welche Problematik gilt es zu lösen und wo besteht der größte Leidensdruck?
- Was soll nach Ihrer Beauftragung konkret besser laufen als vorher?
- Wie können Sie zur Lösung beitragen?
- Welche Vorgehensweise und Methodenwahl empfehlen Sie?
- Welche Rahmenbedingungen sind zu beachten?
- Wie wird der Erfolg evaluiert?
- Welche Einwände erwarten Sie und wie wollen Sie darauf reagieren?
- Welchen Handlungsspielraum haben Sie (Preis/Leistung)?
- Welche Referenzen können Sie bei Bedarf einbringen?
- Welche Unternehmensinformationen sind für Sie zur Angebotserstellung nützlich (Leitbild, Organigramm etc.)?
- Worauf sind Sie noch neugierig?

Viel Erfolg bei Ihrer nächsten Auftragsklärung wünscht Ihnen
Silke Görgens



Diese Publikation ist unter folgender Creative Commons-Lizenz veröffentlicht:
CC BY 4.0 DE by Silke Görgens, Text und Bilder: Silke Görgens, Die Sales Manufaktur
(das Logo „Die Sales Manufaktur“ steht unter Copyright ©)