

Erfolgreicher durch gekonnte Fragetechniken

Die meisten Menschen sind sich leider nicht bewusst, dass gerade der clevere Umgang mit Fragetechniken die Grundlage für gute Verhandlungstechniken und auch gutes Führen darstellt.

Es gibt viele Fragetechniken, wichtig ist jedoch nur die öffnende „W-Frage“. Diese Technik fängt fast immer an mit: Wo? Wie? Was? Wer? Welche? Wenn Ihr Gesprächspartner auf die gestellte Frage nur kurz und knapp mit „Ja“ oder „Nein“ antwortet, haben Sie sicher keine richtige „W-Frage“ gestellt. Wenn Sie beispielsweise Ihren Kunden „jetzt“ zu der Bestellung einer neuen Duschabtrennung auffordern, sollten Sie unbedingt eine „W-Frage“ stellen, die von einer Zustimmung des Kunden ausgeht.

„Frau Grahl, wie viele Personen in Ihrem Haushalt sollen Ihre neue rahmenlose Duschabtrennung denn täglich nutzen? Sind Sie das alleine, oder wird noch ein anderes Familienmitglied die Vorteile des barrierefreien Zugangs nutzen wollen?“ (Öffnende „W-Frage“, die von einer Zustimmung des Kunden ausgeht). Die „W-Frage“ als Gegenfrage gestellt, ist eine intelligente Methode um unfaire Angriffe zu kontern. Richtig formuliert, schiebt sie dem unfair Agierenden die Beweislast zu und bringt ihn in die Rechtfertigungsposition. Wichtig ist, sich ein passendes Wort aus der Aussage Ihres Gesprächspartners herauszusuchen. Bauen Sie darauf Ihre Gegenfrage auf. Beispiele:

„Sie wollen sich ja nur anbieten“ ... „Was meinen Sie mit anbieten, Herr Aufdringlich?“

„Die Dusche ist doch viel zu teuer“ ... „Im Verhältnis Wozu ist unsere rahmenlose Duschabtrennung zu teuer, Herr Kunde?“

Wer es versteht, ausweichende „W-Gegenfragen“ zu stellen, braucht nicht nach ausweichenden Antworten zu suchen. Wer glaubt, die Initiative in einer Verhandlung verloren zu haben, kann hiermit die Initiative leicht zurückgewinnen, nach der Devise: Wer fragt - der führt. Es soll einmal jemand einen Jesuitenpater gefragt haben: „Sagen Sie Pater, stimmt es, dass die Jesuiten viel mit der Gegenfrage-technik arbeiten?“ Antwort: „Wie kommst Du darauf, mein Sohn?“ Hier einige negative Fragebeispiele von einem Verkä-

fer in einer Sanitärausstellung, die Ihren Gesprächspartner leider kaum animieren sich rhetorisch zu öffnen:

„Kann ich Ihnen mal unsere Duschcabinen zeigen?“ „Nein danke, ich schaue mich nur um“ (geschlossene Fragetechnik).

„Kommen Sie zurecht?“ „Ja, danke - ich schaue mich nur um“ (geschlossene Fragetechnik).

„Kann ich Ihnen etwas zeigen?“ „Nein, danke“ ... ist hier fast immer die Antwort, weil die meisten Menschen dann an ihren schmalen Geldbeutel denken.

Die „Warum-Frage“ ist auch nicht von schlechten Eltern. Kleine Kinder stellen gerne Fragen, wie: „Warum steht die Sonne am Himmel?“ oder „Warum

ist die Banane krumm?“ Spätestens nach der dritten nervigen Frage sind viele Eltern am Ende und reagieren gereizt, weil sie sich entweder belästigt oder häufiger noch, weil sie sich in die Enge getrieben fühlen. Verkäufer sollten daher die „Warum-Frage“ sparsam einsetzen, da gleiche Reaktionen im Geschäftsleben zu erwarten sind. Sie bringen dadurch einen Verhandlungspartner unnötig in die Verteidigungs- und Rechtfertigungsposition. Die „Warum-Frage“ zielt oft in die Vergangenheit, sie ist tendenziös konfliktträchtig.

Fazit: Die „W-Frage“ zielt nach vorne und führt meistens zu konstruktiven Vorschlägen. „Was können wir gemeinsam tun, Herr Unzufrieden, damit dieser Fehler nicht noch einmal mit Ihrem Brennwertkessel passiert?“ oder: „Wann besuchen auch Sie einmal ein Verkaufstraining von Ewald W. Schneider?“ Es geht in guten Verkaufstrainings jedoch nicht ausschließlich um Wissensvermittlung – sei es von Verkaufstechniken oder von Produktmerkmalen. Im Vordergrund sollte vielmehr die Frage stehen, wie die Persönlichkeit und das Verhalten des Verkäufers verbessert werden können, um den Kunden für sich zu gewinnen.

Autor dieses Artikels ist:
Ewald W. Schneider und Partner
Verkaufstraining seit 1989
27624 Bad Bederkesa
www.ewald-w-schneider.de

