

› das erfolgreiche Verkaufsgespräch

Fragetechniken – Zuhören will gelernt sein



Teil 1) Mit den Augen des Kunden sehen

Teil 2) Fragetechniken – Zuhören will gelernt sein

Teil 3) Nutzenorientiert argumentieren

Teil 4) Einwandbehandlung

Teil 5) Beschwerdemanagement (Kundentypen)

Teil 6) Service-Leistungen richtig darstellen

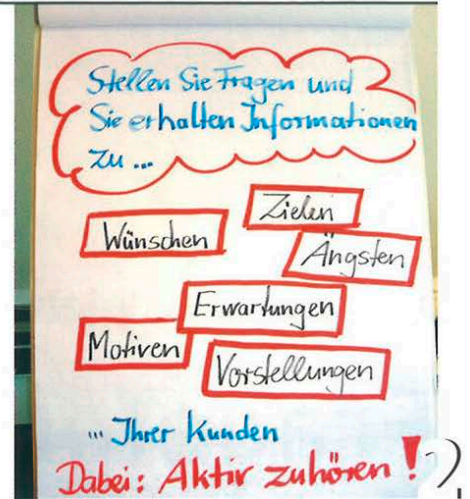
mit freundlicher Unterstützung von:



ich fühl mich besser.

1 Die Autorinnen
(v.l.): Hildegund
Wölfel und
Barbara Wagner,
Kommunikations-
trainerinnen
Vision Impuls,
www.vision-
impuls.de

2 Kommunikations-
Modell: Wer fragt,
zeigt Interesse
und gewinnt
Vertrauen!



Fragetechniken – Zuhören will gelernt sein

Kommunikation – unser tägliches Leben ist davon geprägt. Wir leben in einem Informations- und Kommunikationszeitalter. Kommunikation wird dabei zu einem Wettbewerbsfaktor – wenn sie dies nicht schon immer war. Allerdings merken wir es heute stärker und die Kunden honorieren oder bestrafen es deutlicher.

Beraten und betreuen von Kunden erfordert kommunikative Fähigkeiten. Dazu gehört auch, zuhören zu können. Denn Zuhören ist eine Kunst. Es gibt grundsätzlich zwei Formen des Zuhörens: das „passive“ und das „aktive“ Zuhören. Bereits durch passives Zuhören erkennen Sie

einem „mhm“, „ja“, „ich verstehe“ oder einem Nicken des Kopfes.

Wenn Sie aktiv zuhören

- › zeigen Sie Aufmerksamkeit und Interesse
- › hören Sie genau hin
- › hören Sie zwischen den Zeilen
- › notieren Sie sich ggf. Stichpunkte
- › sehen Sie Ihren Gesprächspartner an
- › erkennen Sie die Bedeutung der Aussagen (Wichtig? Jetzt OK?)
- › schätzen Sie die Aussage ein (Tatsache, Vermutung)
- › fragen Sie nach
- › fassen Sie zusammen
- › sprechen Sie Emotionen/ Gefühle an
- › machen Sie auf Alternativen oder Konflikte aufmerksam

Weniger ist mehr

- › Stellen Sie immer nur eine Frage auf einmal. Mehr als zwei Fragen können nur wenige Menschen behalten. ◀

tipp

die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden. Sie hören ihm aufmerksam zu, ohne ihm jedoch eine Rückmeldung zu geben. Stärker wirkt das aktive Zuhören, bei dem Sie aktiv Rückmeldung geben, beispielsweise mit

Aktiv zuhören heißt auch

- › halten Sie Ablenkung fern
- › stellen Sie sich auf Ihren Gesprächspartner ein und versetzen Sie sich in seine Situation
- › lassen Sie sich durch Kritik oder Angriffe nicht aus dem Gleichgewicht bringen
- › seien Sie geduldig
- › lassen Sie den anderen ausreden (Notizen helfen)
- › bleiben Sie dabei, halten Sie sich zurück mit Bewertung und Ihrer Meinung
- › beziehen Sie sich später auf das Gehörte/Verstandene

Mit Fragen führen!

Behalten Sie während eines Gespräches die Fäden in der Hand. Agieren Sie, statt zu reagieren. Führen Sie das Gespräch. Fragen unterstützen Sie dabei.



3 Beraten und betreuen von Kunden erfordert kommunikative Fähigkeiten.

Ein Kommunikationszitat besagt: Wer fragt, der führt. Mit Blick auf den Handel lässt sich sagen: Wer fragt, verkauft.

Erfragen Sie gleich am Anfang Ihres Gespräches die Wünsche und den Bedarf Ihres Kunden. So sind Sie sicher, dass Sie mit Ihrem Beratungsgespräch auf dem richtigen Weg sind. Sie strahlen Kompetenz aus und Ihr Kunde fühlt sich bei Ihnen gut aufgehoben. Außerdem spart es Ihnen und Ihrem Kunden Zeit.

Fragen

- › bringen einen Dialog in Gang
- › schließen den Partner auf
- › steuern und lenken das Gespräch
- › aktivieren und lockern auf
- › motivieren und kontrollieren!

Dabei sind Fragen wie eine unerschöpfliche Quelle, frisch und klar:

Wer fragt, zeigt Interesse

und gewinnt Vertrauen!

Wer fragt, vermeidet

Missverständnisse!

Wer fragt, erhält Information!

Wer fragt, zeigt Kompetenz!

Wer fragt, gewinnt Zeit!

Die richtigen Fragen stellen!

Mit gezielten Fragen erhalten Sie Informationen von Ihrem Kunden. Eine gute Frage überrascht und fordert eine Antwort; sie leitet ein Beratungsgespräch

und ist der Beginn eines Gedankenaustausches. Grundsätzlich gibt es zwei wesentliche Fragearten – die offene und die geschlossene Frage.

Beide können mit verschiedenen Techniken angewandt werden:

› **Offene Fragen**, auch W-Fragen genannt, schließen Ihren Gesprächspartner auf. Diese Fragen mit „Was, Wie, Welche ...“ sind gerade für die Gesprächseröffnung wichtig. Sie erhalten so Informationen und Hinweise, was will Ihr Kunde? Was braucht er? Was ist ihm wichtig?

› **Geschlossene Fragen**, fordern eine klare Entscheidung – mit „ja“ oder „nein“. Sie beginnen meist mit einem Verb oder Hilfsverb. Hierbei erhalten Sie eine schnelle und konkrete Antwort auf einen Sachverhalt.

› **Alternativfragen** sind beispielsweise: „Wann wollen Sie Ihre Bestellung abholen? Passt es Ihnen montags oder dienstags?“ Auch hier wollen Sie eine klare Antwort. Doch Sie steuern die Richtung.

› **Rhetorische Fragen** wie „Was kann ich Ihnen nun anbieten? Beispielsweise... / Das zähle ich Ihnen kurz auf...“ spiegeln in der Regel Ihre eigenen Gedanken wider. Sie erwarten darauf keine Antwort Ihres Kunden, denn Sie sprechen gleich weiter.

Achtung: Mit diesen Fragen im Gespräch sparsam umgehen!

› **Gegenfragen** bieten die Möglichkeit, den Gesprächsfaden wieder aufzugreifen oder Zeit zu gewinnen. Sie sollten jedoch einen Bezug zu der Frage Ihres Gesprächspartners haben und nicht komplett in eine andere Richtung gehen. Denn Ihr Partner erwartet auf seine Frage eine Antwort!

Zuhören

› Als ein Mann, dessen Ehe nicht gut ging, seinen Rat suchte, sagte der Meister: „Du musst lernen, deiner Frau zuzuhören!“ Der Mann nahm sich diesen Rat zu Herzen und kam nach einem Monat zurück und sagte, er habe gelernt, auf jedes Wort, das seine Frau sprach, zu hören. Da sagte der Meister mit einem Lächeln: „Nun geh nach Hause und höre auf jedes Wort, dass sie nicht sagt.“ ◀

Quelle: Anthony de Mello:

Eine Minute Weisheit

Verlag Herder, Freiburg 2003

Stellt sich die Frage: Welche Frage stelle ich nun wann? Das bleibt Teil Ihres Verkaufstalentes. Machen Sie sich die Fragen bewusst und üben Sie, üben Sie. Über kurz oder lang werden Sie zum Fragenprofi.

Und: Wer fragt, verkauft! ■

- 1 Das Erstaussstattungspaket: Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft! Erstaussstattungspakete gibt es auch für Lymph- und Lipödem-Patienten.
- 2 Die informativen Ratgeber können Sie in Ihrem Beratungsgespräch unterstützend einsetzen.



Kundenbindungsinstrument

Rund 53 Prozent aller Patienten brechen die Kompressionstherapie nach der ersten Versorgung ab. Als Hauptgründe geben Betroffene „zu starkes Schwitzen“, „Haut trocknet aus“ und „Probleme beim Anziehen“ an. Hier tut gute Beratung und Aufklärung Not.

Sanitätshäuser können ihren Kunden, die zum ersten Mal mit Kompressionsstrümpfen versorgt werden, einen besonderen Service anbieten: ein Erstaussstattungspaket. Die Gefahr eines Therapieabbruchs verringert sich, da der Patient umfassend über Hintergrund und Anwendung der Therapie informiert wird und hilfreiche Tipps bekommt, wie er

Service

Das Erstaussstattungspaket kann jederzeit mit der Artikelnummer 1 020 580 im Kundenservice von medi Bayreuth bestellt werden (Hotline: 0921/912-111, die Mindestbestellmenge liegt bei 25 Stück). <

tipp

auch mit Problemen – z.B. trockener Haut – fertig wird. Mit diesem Kundenbindungsinstrument kann sich der Fachhandel durch kompetente Beratung profilieren und seine Kunden langfristig an sich binden.

Erstaussstattungspaket

Das Erstaussstattungspaket Phlebologie besteht aus folgenden Artikeln:

Anschreiben:

Unter dem Motto „Lass Dich drücken“ bringt ein sehr emotionales Anschreiben dem Patienten auf humorvolle Art und Weise das doch meist gefürchtete Thema „Kompressionstherapie – was kommt auf mich zu“ näher und beschreibt den Inhalt des Paketes.

Gummihandschuhe:

Die medi Gummihandschuhe erleichtern dem Patienten das Anziehen. Wichtig ist auch, dass durch das Benutzen der Gummihandschuhe Beschädigungen an den Strümpfen – z.B. durch eingerissene Fingernägel oder Schmuckstücke – verhindert werden.

Broschüre:

Wertvolle Informationen, die der Patient durch das Beratungsgespräch mit dem Fachpersonal

und mit dem Arzt erhält, werden hier noch einmal anschaulich erläutert und durch viele Alltagstipps ergänzt.

Kundenzufriedenheitskarte und Kugelschreiber:

Die Kundenzufriedenheitskarte ermöglicht dem Patienten eine einfache und direkte Kontaktaufnahme mit dem Sanitätshaus. Der Fachhandel erfährt ganz spezifische Probleme und Wünsche der Patienten und kann sofort reagieren.

mediven® Gel- & Creme und Broschüre

Durch die Produktmuster lernt der Kunde weitere Produkte aus dem Sortiment des Fachhandels kennen und kann erleben, wie die Produkte die venen-gestresste Haut pflegen. In der Broschüre findet der Patient umfassende Informationen zur komfortablen Venentherapie.

Alle Bestandteile sind in einem nützlichen Täschchen verpackt, das vielseitig eingesetzt werden kann.