



Zuhören & Verstehen

Machen Sie sich klar, dass die Zeit beim Kunden viel zu schade ist, um über Sie, Ihre Firma und Ihr Produkt zu erzählen. Dazu müssten Sie nicht beim Kunden sein. Standardinformationen kann auch eine Website, ein Video oder ein Prospekt dem Kunden bringen. Oft besser als Sie selbst.

Zeit beim Kunden sollten Sie nutzen, um zu verstehen, wie der Entscheider tickt und was ihn bewegt.

Es war ein gutes Gespräch, wenn Sie sich selbst im Anschluss diese Fragen beantworten können:

Ihre Gedanken und Assoziationen

Warum wir?

Warum sollte der Kunde mit Ihnen Geschäfte machen?

Was könnte aus Sicht des Kunden für Sie sprechen?

Was ist der Reiz, sich für Sie zu entscheiden?

Warum jetzt?

Warum sollte er jetzt eine Entscheidung treffen?

Warum hat er nicht schon früher entschieden?

Warum wartet er nicht noch ein Jahr?

Warum überhaupt?

Warum sollte er seine heutige Situation verändern?

Was spricht dafür, seinen heutigen Lieferanten zu wechseln?



Beispiel Gesprächs-Checkliste

Kapitel
Blatt

04
02

Fakten	
Problem	Lösung
<ul style="list-style-type: none"> • Motiv: Wenn Sie jetzt an ... denken, was sind da Ihre Prioritäten – was liegt Ihnen am Herzen? • Schmerz: Angenommen Sie tun jetzt nichts – Welche Auswirkungen hätte das in den nächsten x Monaten? • Problem in € ? • Welche Stellen intern beim Kunden werden von unserem Thema mit beeinflusst? Wer ist abhängig? 	<ul style="list-style-type: none"> • Welche Ziele verfolgt der Kunde allgemein? • Nutzenwunsch: Was müsste sich konkret ändern (wie müsste es sein) damit Sie sagen: Das Problem ist gelöst? • Welche Erfolgskriterien sind wichtig? • Welche Stellen profitieren noch?
Wir	Entscheidungsverlauf
<ul style="list-style-type: none"> • Wie werden wir vom Kunden wahrgenommen? Was traut man uns zu? • Wie werden wir bewertet? • Wie passen wir zur road map des Kunden? • Welche besonderen Beziehungen gibt es? • Was müssen wir tun, um als Partner attraktiv zu werden? 	<ul style="list-style-type: none"> • Wer ist wie in die Entscheidung involviert? • Wer ist der wahre Entscheider? • Wie wird das Investitionsvorhaben bewertet? Von wem? • Auswahlvorgang? Wie? • Welche übergeordneten Einheiten sind mit betroffen?
Wettbewerb	Rahmenbedingungen
<ul style="list-style-type: none"> • Was wissen wir? • Was vermuten wir? • Mit welchen Partnern arbeitet der Kunde? (Berater / Systemintegrator) 	<ul style="list-style-type: none"> • Compelling event? • Projektplan vorhanden? • Besondere Vorgaben? • Budget vorgegeben? Etat?
Konkreter Verbleib	
<ul style="list-style-type: none"> • Nächster Termin? • Nächster Schritt zur Entscheidung? • ToDo für uns? ToDo für den Kunden? 	