



Arbeitsblatt

„Echte“ Kundenprobleme



Kapitel
Blatt

10
01

Dieses Arbeitsblatt hilft dabei, echte Kundenprobleme zu finden und nicht nur Wunschprobleme aus Sicht des Verkäufers. Bitte stellen Sie sich vor, dieser Wunschkunde hat einen Stammtisch mit seinen Kumpels, die er schon seit der Grundschule kennt, und die er immer noch alle vier Wochen trifft. Die illustere Runde besteht aus dem Pfarrer, dem Metzger, der auch einen florierenden Partyservice betreibt, und dem Bäcker, der immerhin vier Filialen betreibt. Und selbstverständlich der Wirt zur Post, bei dem sich alle treffen. Und heute ist der Stammtisch. Unser Entscheider beim Wunschkunden betritt das Lokal, hängt seine Jacke auf, setzt sich an den Tisch, bestellt ein Bier und blickt mit Sorgenfalten in die Runde.

Seine Freunde sehen sofort, dass etwas nicht stimmt und einer fragt „Was ist mit dir?“. Können Sie sich vorstellen, dass Ihr Entscheider jetzt antwortet „Meine Transparenz in der Datenqualität ist zu gering!“. Wohl kaum. Das ist nämlich ein konstruiertes Problem, das Lösungsverkäufer sich vielleicht wünschen, aber das in der freien Wildbahn so nicht vorkommt. Es ist schon eher vorstellbar, dass er sagt „Wir haben so viele Qualitätsdaten, dass ich schon gar nicht mehr durchblicke, was davon relevant ist!“. Und zu solchen eher relevanten Aussagen kommen Sie mit der Anwendung des Stammtisch-Filters.

Liste echter Probleme, die den Stammtisch-Filter überstehen



Arbeitsblatt Problemtabelle



Kapitel 10
Blatt 02

Mit diesem Arbeitsblatt sammeln Sie die Informationen zu typischen Kundenproblemen ein, um sie später bei der Akquise und Gesprächsvorbereitung zu nutzen. Finden Sie einen typischen Kunden und eines seiner Probleme pro Blatt, das Sie erstellen. Für unterschiedliche Probleme eines Kunden verwenden Sie also mehrere Blätter. Wenn Sie im Team arbeiten bekommt jeder Kollege ein Blatt mit einem anderen Problem. Dann schreibt jeder 10 Minuten lang alles, was ihm zu diesem Kunden und dem genannten Problem einfällt, in die drei Spalten. Nach 10 Minuten machen Sie einen Ringtausch der Blätter. Jeder hat jetzt ein neues Problem des Kunden vorliegen und ergänzt jetzt die bereits notierten Inhalte. Am Ende haben Sie ein fundiertes Verständnis aller Kollegen zu unterschiedlichen Kundenproblemen.

Zielkunde

Typisches Problem

Ursachen

Auswirkungen

Nutzen unserer Lösung