



Checkliste

Häufige Fehler vermeiden



Kapitel

34

Nutzen Sie diese Checkliste um Ihre Einstellung und Ihre Verhaltensweisen bei Präsentationen zu hinterfragen und die häufigsten Fehler zu umgehen.

Fehler Nummer 1 Begriffsbombe

Machen Sie nicht den Fehler von Paul und denken Sie daran, dass Begriffe Gedanken und Emotionen auslösen können, die Sie nie für möglich gehalten hätten. Der Fehler ist, dass man vor lauter „überzeugend sein“ nicht merkt, dass der Kunde bestimmte Begriffe völlig anders interpretiert als man selbst.

Lösung: Verzichten Sie auf Begriffe. Wenn das nicht geht, dosieren Sie Begriffe vorsichtig und achten Sie genau auf die Reaktionen des Kunden. Hinterfragen Sie seine Bedeutung sicherheitshalber.

Fehler Nummer 2 Beratungsmanie

Wenn Sie kostenlos große Teile Ihres Know-hows liefern, machen Sie dadurch die spätere Entscheidung schwerer statt leichter. Beim Kunden entsteht der (vielleicht irrtümliche) Eindruck „Ach – So einfach ist das? Dann können wir das auch alleine“. Die Entscheidung wird verhindert, weil zu viel vermeintliches Wissen entsteht und dadurch der ursprünglichen Grund für die Zusammenarbeit verschwindet.

Lösung: Verzichten Sie bewusst und hartnäckig auf die Schilderung, wie Sie genau arbeiten und bleiben Sie beim Wozu, also dem angestrebten Ergebnis.

Fehler Nummer 3 Alternativen-Inflation

Seien Sie nicht wie Martha, die Entscheidungen verhindert, weil sie akademisch diskutiert. Durch zu viel Abwägen von „Für“ und „Wider“ wird die Entscheidung aus Sicht des Kunden unnötig kompliziert. Der Kunde sieht nachher mehr Alternativen als vorher und kann deren Unterschiede noch schwerer erkennen.

Lösung: Helfen Sie dem Kunden die relevanten Dinge zu sehen und blenden Sie Details aus. Entscheidung bedeutet Trennung von Alternativen. Das ist schmerzhaft und Sie sollten die Schmerzen bewusst lindern.

Fehler Nummer 4 Psycho-Falle „Rebellisches Kind“

Bitte bedenken Sie: Jeder Vorschlag verdient einen Rückschlag. Wer überzeugen will, denkt, dass die eigene Meinung besser ist und dass der andere seine Sichtweise gefälligst aufgeben soll, um nun gnädiger Weise mit der wahren Meinung bekehrt zu werden. So landen selbst die besten Vorschläge auf der Müllhalde der Geschichte.

Lösung: Wenn wir auf Augenhöhe miteinander umgehen, dann steht allem voran echtes Interesse an der Position und Sichtweise des Gesprächspartners. Auch und gerade in einer Präsentation. Nur wer berücksichtigt, was der Kunde heute denkt, der wird eine Chance bekommen, diese Position zu verändern. Wer Menschen bewegen will, muss wissen, wo sie im Moment stehen.