

## Wie kann ich den echten Bedarf herausfinden?

Kunden interessieren sich nicht für Produkte und Leistungen, sondern für die Ergebnisse, die sie damit erreichen wollen.

Wenn Kunden etwas entscheiden, dann nur, wenn es auch ein Handlungsmotiv gibt. Dieses zuverlässig zu finden, ist unser Ziel.

Bauplan für eine gute Frage

Und wie sollte eine gute Frage aufgebaut sein? Wie stellt man Fragen, die ein Gesprächspartner gerne beantworten wird? So kannst du dir ganz leicht die passenden Fragen zusammenstellen, wenn du diesen einfachen Bauplan folgst: 1. Thema aus Kundensicht plastisch machen und 2. Offene, ehrliche Fragen kundengerecht stellen. Hier ein paar Beispiele:

Angenommen, wir sprechen über die Optimierung deines Trainingsplans – Was sind aus deiner Sicht die drei Prioritäten? Was liegt dir persönlich am Herzen?

Wenn du jetzt an das „perfekte“ Personaltraining denkst, insbesondere daran, was du dadurch erreichen willst – Was sind die wichtigsten Punkte? Was ist dir wichtig?

Wenn du jetzt an die Erreichung deiner Trainingsziele denkst: – Was sind aus deiner Sicht die wichtigsten Themen? Was läuft noch nicht rund?

Stellen wir uns vor, es geht um die Frage, wie Du bewusst deine Ernährung, deinen Trainingszielen anpassen kannst.– An welchen Herausforderung oder Schwierigkeiten denkst du da? Was bereitet dir am meisten Sorge?

Das Prinzip ist sicher schon klargeworden. Lassen Sie uns die drei Bestandteile noch etwas genauer betrachten.

Fokus – Fakten – Emotion

Der erste Teil soll den Blick des Gesprächspartners auf das Thema lenken. Dabei hilft es, wenn du seine Perspektive berücksichtigst. Also nicht „es geht um die gesunde Ernährung“ sondern „deine gesunde Ernährung“. Um die Phantasie zu beflügeln, lohnt es sich „bewusstseinsweiternde Formulierungen“ zu verwenden. Deshalb mag ich Formulierungen, wie „Angenommen ...“, „Stellen wir uns vor ...“, „Wenn du an ... denken...“.

Teil zwei und Teil drei bestehen aus einer offenen Doppel-Frage. Kombinieren Sie rational geprägte Fragen und emotional-intuitiv geprägte Fragen. Rational geprägte Fragen richten sich nach den Prioritäten, Auflistungen und Argumenten. Emotionale Faktoren sind eher Befindlichkeiten, Gefühle und Sichtweisen.

Bedarf ist beides: Rational und emotional

Ich wünsche Dir viel Erfolg und viel Spaß bei entwickeln deiner eigenen Fragen.

Sven Rehmer