

Die 8 (7+1) Fragearten – Ziele, Beispiele, Einsatzmomente

Fragen sind das wichtigste Steuerinstrument, um beim Kunden Erkenntnis, Verantwortung und Commitment zu fördern. Sie dienen nicht dazu, Informationen für deine Verkaufsargumente zu sammeln, sondern um deinem Gegenüber zur Selbsterkenntnis zu verhelfen.

1. Bedarfsbewusstseinsfragen (Awareness):

- Ziel: Den Problemraum öffnen und ein implizites Bedürfnis entdecken.
- Beispiele: „Was hat dazu geführt, dass Sie sich heute mit diesem Thema beschäftigen?“ „Woran merken Sie es im Alltag, dass das Problem existiert?“

2. Bedarfsentwicklungsfragen (Elaboration):

- Ziel: Die emotionalen und rationalen Hintergründe eines Problems verstehen.
- Beispiele: „Warum genau sehen Sie dies als Problem an?“ „Was sind die Hintergründe dafür, dass Sie dies nicht ohne externe Unterstützung beheben können?“

3. Konsequenzfragen (Implication):

- Ziel: Die Kosten des Nichtstuns und die Dringlichkeit klären, indem der Kunde die negativen Auswirkungen des Problems erkennt und fühlt.
- Beispiele: „Wie genau wirkt sich das auf Ihren Arbeitsalltag oder Ihre Ziele aus?“ „Was sind die konkreten Folgen, wenn sich daran nichts ändert?“

4. Fragen zur Eigenverantwortung (Ownership):

- Ziel: Die Verantwortung für die Situation beim Kunden verankern und ihn aus einer passiven Haltung herausholen.
- Beispiele: „Was, glauben Sie, könnten wir als nächsten Schritt tun?“ „Was ist aus Ihrer Sicht der erste, kleine Schritt zur Veränderung?“

5. Lösungs- & Visionsfragen (Retrospektiv & Vision):

- Ziel: Bisherige Lösungsversuche und Hindernisse identifizieren und gleichzeitig eine Vision für die ideale Lösung und das Zielszenario entwickeln.
- Beispiele: „Was haben Sie bereits unternommen, um diese Herausforderung zu meistern?“ „Wie würde eine Welt aussehen, in der dieses Problem vollständig gelöst ist?“

6. Qualifizierungsfragen (Qualification):

- Ziel: Passung, Ressourcen und Entscheidungskriterien prüfen, um festzustellen, ob ein Abschluss realistisch ist.
- Beispiele: „Welche Kriterien sind für die Auswahl eines Partners am wichtigsten?“ „Welche internen Genehmigungsprozesse müssen wir berücksichtigen?“

7. Kontextfragen (Fakten):

- Ziel: Fakten zur aktuellen Situation sammeln, um das Problem zu verifizieren und zu quantifizieren.
- Beispiele: „Können Sie mir beschreiben, wie der Prozess heute genau abläuft?“ „Mit welchen Systemen muss eine Lösung kompatibel sein?“

8. Transitionsfragen (Commitment):

- Ziel: Die informierte Entscheidung des Kunden in einen konkreten, messbaren nächsten Schritt überführen
- Beispiele: „Wäre es hilfreich, wenn wir das Ganze gemeinsam in eine Entscheidungsvorlage übersetzen?“ „Soll ich Ihnen ein verbindliches Angebot zukommen lassen?“

Anwendungshinweis: Die Reihenfolge der Anwendung der Fragearten ist nicht starr, sondern sollte dem Gesprächsfluss folgen. Allerdings gibt es eine grobe, bewährte Logik, die sich am "Vier-Quadranten-Modell" orientiert.

Grundsatz: Diagnose vor Therapie. Du musst zuerst verstehen und verdichten, bevor du zeigst und validierst.

Leitfrage vor jeder Aussage: „Welche Erkenntnis fehlt noch, um dem Kunden zur Selbsterkenntnis zu verhelfen?“