

DR. PESCHKE MANAGEMENT CONSULTING

Ein nachhaltiges Konzept für Erfolg von Menschen.

Beratung

Training

Coaching

Interim
Management

Zirkuläre Fragen als Vertriebstechnik

Inhalt

- 1 Offene Fragen
- 2 Geschlossene Fragen
- 3 Zirkuläre Fragen

1 Offene Fragen

Offene Fragen

... sind alle Fragen mit „Was...“, „Wann..“, „Welche..“, „Wer..“, „Wie..“, „Woran..“, „Wodurch..“

- Hierdurch gibt der Fragende dem Antwortenden den Freiraum umfassend zu antworten und alles mitzuteilen, was ihm, bezogen auf diese Frage, wichtig erscheint.
- **Beachte:** WARUM-Fragen drängen ungewollt in die Rechtfertigungsecke und sollten daher vermieden werden! Sie können aber helfen Handlungsmuster zu identifizieren.

2 Geschlossene Fragen

Geschlossene Fragen

- sind nur mit ja oder nein zu beantworten.
- Sie werden eingesetzt, um z.B. eine deutliche Position des im Kontext in Erfahrung zu bringen,
- Sie können eine Entscheidung fordern oder Themen auf den Punkt bringen.
- In den meisten Fällen folgen sie den offenen Fragen.

3 Zirkuläre Fragen

Überblick

- Zirkuläre Fragen zielen ganz bewusst darauf ab, Interpretationsmuster und Beziehungen transparent zu machen.
- Beispiel: “Wie sehen Sie die Entwicklungen in der Branche?”
- Was denken Sie als Anbieter, was erwartet der Markt von Ihnen?“
- Zirkuläre Fragen geben dem Anbieter die Möglichkeit, einen anderen Blickpunkt seiner Situation einzunehmen.
- Beispiel: „Wie machen das Wettbewerber von Ihnen, die größere Aufträge abwickeln?“

Überblick

- „Zirkulär“ meint in diesem Zusammenhang: nachdenken, beschreiben, reflektieren, relativieren, vergleichen, überdenken, überarbeiten.
- Diese Schleife wird in der Beantwortung zirkulärer Fragen meist zwischen Frage und Antwort im Kopf des Anbieters vollzogen.
- Indem der Anbieter über Unterschiede, über Beziehungen zwischen Personen und Ereignissen spricht, wird auf der Metaebene die Systemstruktur erkennbar.

Zirkuläre Fragen übernehmen 3 Funktionen:

- Frager gewinnt schnell den Überblick über das Kundensystem mit Sichtweisen, Zusammenhängen und Koalitionen
- Kunde gewinnt neue Einblicke in Bezug auf "sein System"
- Meistens Änderung des Verhaltens im Kundensystem aufgrund der veränderten Wahrnehmung der Situation

Überblick zirkuläre Fragen



Die abwesenden Anwesenden

Diese Fragen machen unsichtbare Einflüsse transparent, zeigen Beziehungsgefüge und Annahmen über andere auf.

- „Wie würde der neue CEO die neue Situation beschreiben?“
- „Was würden Ihre Kunden dazu sagen?“
- „Wie beurteilen Ihre anderen Lieferanten die Situation?“

Rangfolgen

Rangfolgen Fragen machen Unterschiede und Präferenzen deutlicher.

- „Wenn schätzen Sie als Mitarbeiter, als Vorstand am meisten/am wenigsten?“
- „Welcher Bereich genießt im Unternehmen das beste Image?“
- „Wenn Sie sich zwischen den Angebotenen entscheiden müssen, in welcher Reihenfolge würde Sie unsere Produkte einsetzen“?

Prozentfragen

Prozentfragen laden dazu ein, Ideen, Überzeugungen, Meinungen, Stimmungen genauer zu differenzieren, indem Sie zu Abstufungen auffordern.

- „Für wie stark halten Sie auf einer Skala von 0 bis 100 unser Produkt in der Lage Ihre Bedürfnisse zu befriedigen?“
- „Was meinen Sie – zu wie viel Prozent kommen wir an das von Ihnen im Moment eingesetzte Produkt heran?“

Beziehungsfragen

Um herauszufinden, wer mit wem besser kann, können Dritte eingeladen werden, Ihre Sicht der Beziehung zwischen anderen Personen darzustellen.

- „Wo gibt es Koalitionen in Ihrem Beschaffungsprozess?“
- „Was würde die Produktion über die Beziehung zwischen den Vertriebseinheiten sagen?“

Erwartungsfragen

Sie helfen, Klarheit in Beziehungen zu bringen.

- „Was muss ich tun um Ihre Erwartungen zu erfüllen?“
- „Wann ist für Sie ein Erfolg bzw. ein Misserfolg?“
- „Wie wirkt sich das Problem aus? Woran würden Sie erkennen, dass es gelöst ist?“
- „Was hat sich in der Beziehung zu Kunden geändert, seitdem das Problem aufgetreten ist?“

Möglichkeitenkonstruktion: lösungsorientierte Fragen

Sie unterstützen das Generieren eigener Lösungsideen.

- „Wie würde ein gute Lösung aussehen?“
- „Sie wachen auf, und das Problem ist weg. Was ist dann anders?“ (=Wunderfrage)
- „Was würde sich im Unternehmen ändern, wenn sich das Problem verschwinden würde?“
- „Wie könnte ihr Beitrag aussehen, um eine Veränderung zu bewirken?“

Verschlimmerungsfragen

Sie verdeutlichen die funktionale Seite von Problemen und führen sie ad absurdum.

- „Wer müsste im Unternehmen was tun, um das Problem noch zu verschlimmern?“
- „Was wäre schlechter, wenn das Problem weg wäre?“
- „Wofür wäre es gut, das Problem noch einer Weile zu behalten?“

Vielen Dank - viel Spaß beim Fragen!

DR. PESCHKE MANAGEMENT CONSULTING

Ein nachhaltiges Konzept für Erfolg von Menschen.

Dr. Robert Peschke

Tel.: 0049(0)17661657277

robert.peschke@dpmc-coaching.de