

## Wer fragt der führt

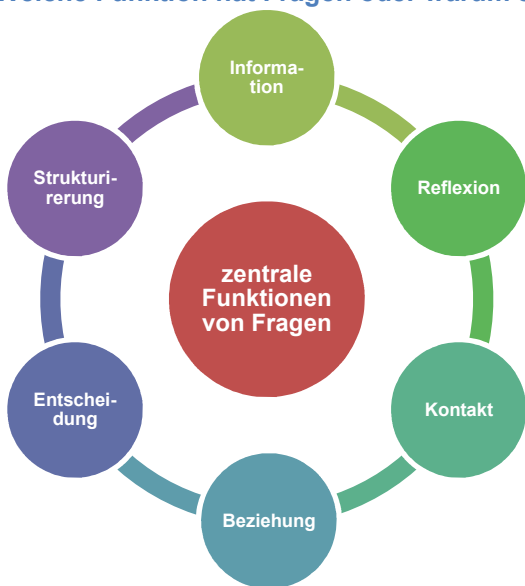
Die Kunst des Fragens ist eine Kernkompetenz für Führungskräfte, Verkäufer, Berater und alle Personen, die mit Kommunikation eine Wirkung erzielen wollen. Richtige Fragen sind deshalb die Grundlage jeder strategisch wirksamen Gesprächsführung. Jenseits manipulativer Einflussnahme geht es darum, mit Fragen andere Menschen anzuregen und zu entwickeln.

### Kommunikationsmittel, um uns auszudrücken und Einfluss zu nehmen:

Erzählen	Erklären	Mitteilen	Aussagen
Bitten	Beraten	<b>Fragen</b>	Auffordern
Beauftragen	Befehlen	Feedback	Kritisieren

Welche dieser Formen scheint Ihnen am Wirkungsvollsten zu sein? Sie können noch so viel predigen, bitten, auffordern und erklären, mit fragen kommen Sie weiter.

### Welche Funktion hat Fragen oder warum setzt man Fragen ein?



- Reflexion von Gedanken und Gefühlen
- Ermöglichung von Kontakt zum Gesprächspartner
- Aufbau einer Beziehung
- Herbeiführung von Entscheidungen
- Gewinnung und Strukturierung von Informationen
- Sachorientierter Fragestil fokussiert also auf Information, Struktur und Entscheidung
- Personenorientierter Fragestil fokussiert also auf die Beziehung, den Kontakt und die Reflexion
- Was ist Ihr Fragestil?

Wir sehen, richtige Fragen sind das effektivste und effizienteste Mittel, um sich selbst und andere zu entwickeln bzw. zu steuern.

### Wirkungsvolle Fragen an sich, um die Selbststeuerung zu übernehmen: zBsp.

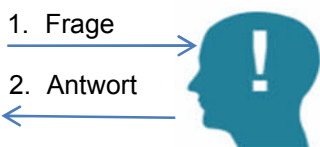
Am Morgen	<i>Was ist mir heute speziell wichtig? Was will ich heute erreichen? Was hat oberste Priorität? Worauf freue ich mich heute besonders?</i>
Während des Tages	<i>Wie gut komme ich voran? Worauf will ich heute speziell achten? Wie fühle ich mich jetzt? Was gibt es noch für Möglichkeiten?</i>
Nach getaner Arbeit	<i>Was habe ich heute konkret erreicht? Worauf bin ich heute stolz? Was lerne ich aus dem heutigen Tag? Wie zufrieden bin ich mit mir?</i>

Wenn Sie sich von andern zu sehr steuern lassen, kommen Sie Ihren Zielen und Bedürfnissen nicht näher. Übernehmen Sie das Steuer, indem Sie sich die relevanten Fragen stellen.

Fragen sind ein äusserst wirkungsvolles Mittel, um Ihre Mitarbeiter zu entwickeln: Damit meinen wir nicht belehren, aufdrängen, angreifen, abwerten, ausfragen, etc.

1. Frage

2. Antwort

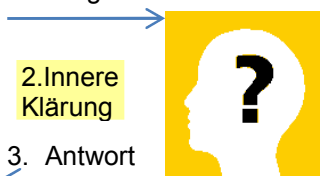


**Klärendes Fragen:** Man ruft Informationen vom Gegenüber ab, über welche dieser bewusst verfügt (Wissen, Fakten) „Wie viele Kundenbesuche habe Sie diese Woche gemacht?“

1. Frage

2. Innere Klärung

3. Antwort



**Anregendes Fragen:** Durch Fragen wird der Gefragte zuerst einmal zum Nachdenken angeregt. Dabei gelangt er für sich auf neue Gedanken, er kann einer Sache, Situation neue Facetten abgewinnen, sich einen neuen Blickwinkel verschaffen. „Wie müssten Sie vorgehen, um Ihre Anzahl Kundenbesuche zu erhöhen?“

**Praxis: Das 15-Minuten Zielgespräch** ist ein Kurzgespräch, indem ein notwendiger aktueller Entwicklungsschritt angesprochen und bearbeitet wird.

Ausgangslage sind immer die Stärken eines Mitarbeiters und seine Entwicklungsfelder (Defizite).

### Das Gespräch auf einen Blick:

- |                         |            |
|-------------------------|------------|
| 1. Smalltalk            | ca. 1 min. |
| 2. Wertschätzung        | ca. 1 min. |
| 3. Thema                | ca. 5 min. |
| 4. Handlung vereinbaren | ca. 5 min. |
| 5. Controlling          | ca. 1 min. |
| 6. Zusammenfassen       | ca. 1 min. |

### Die Vorbereitung:

*Der konkrete Entwicklungsbedarf:* Der Mitarbeiter hat zu wenig qualifizierte Kundentermine.

*Was will ich erreichen?*

Der Mitarbeiter macht regelmässig die vereinbarten Kundenbesuche.

*Welche W-Fragen werde ich stellen?*

### Das Entwicklungsgespräch:

**Was** glauben Sie denn, was ich heute mit Ihnen besprechen will?

Die Entwicklung Ihres Verkaufsgebietes hat für mich oberste Priorität.

Seit wann ist es Ihnen auch aufgefallen, dass die Anzahl Ihrer Kundenkontakte stagniert?

**Wer** ist Ihrer Meinung nach verantwortlich für die Marktbearbeitung in Ihrem Verkaufsgebiet?

**Woran** liegt es, dass Sie so wenig Kundenbesuche machen?

**Wie** viele Besuche müssten Sie denn in einer Woche machen, wenn Sie alle Kunden einmal im Jahr besuchen wollten?

Das heisst, Sie können so Ihre Kunden nicht richtig betreuen. **Was** ist also zu tun? **Was** wollen Sie konkret unternehmen?

**Wie** stellen Sie sicher, dass Sie regelmässig zu den erforderlichen Terminen kommen?

**Was** ist der Nutzen für Sie, wenn Sie Ihr Verkaufsgebiet in der richtigen Qualität selbständig bearbeiten können?

**Wann** werden wir uns wieder darüber unterhalten, **wie** sich Ihre Kundenbesuche entwickeln? usw.

### Ihr Partner für Veränderungen

**markettraining**  
Zürcherstrasse 12  
8400 Winterthur  
052 262 70 60  
[zuend@markettraining.ch](mailto:zuend@markettraining.ch)