

Auch im Kreuzfeuer zuhörerorientiert agieren

Nein, es geht nicht um TV-Konfrontationen, sondern schlicht um Fragen und Einwände während und nach einer geschäftlichen Präsentation. Vorweg: Vorbereitung ist nahezu alles – 80% aller Fragen sind vorhersehbar. Natürlich nur dann, wenn Sie Ihre Zielgruppe richtig analysiert haben, besonders die Interessenslagen.



„Sichtbar“ zuhören – Wertschätzung zeigen!

79 **GEWINNEN** können Sie nur mit einer befriedigenden Antwort, **VERLIEREN** können sie viel früher – bevor Sie noch mit Ihrer Antwort beginnen!

In der kritischen Situation eines Einwandes oder einer schwierigen Frage ist die Beziehungsebene entscheidend. Bedenken Sie, dass oft auch Ihr Gegenspieler unter Stress steht! Er muss spüren, dass Sie aufmerksam zuhören, seinen Beitrag ernst nehmen. Wie machen Sie das?

- **Volle Zuwendung:** einen Schritt in Richtung Fragesteller (wenn möglich); auf beiden Beinen voll zugewendet stehen – nicht nur den Kopf drehen!
- **Fester Blickkontakt.** Stellen Sie sich vor, Sie senden einen Laserstrahl in die Augen des Fragestellers.
- **Nicken zeigt Verständnis.** Keine Sorge, damit haben Sie einem Einwand noch keinesfalls zugestimmt!
- **Interessiert „grunzen“:** Ein leises „mhm“ signalisiert Aufmerksamkeit. Unterdrücken Sie Signale der Ungeduld - besonders unsere Finger sind da gefährdet, daher notfalls fest aneinander pressen.

Die sicht- und spürbaren Signale der vollen Zuwendung sind der letzte Teil des HPS-Klassikers „Sicher präsentieren, wirksamer vortragen“.

Denken Sie NICHT daran, was Sie sagen werden, konzentrieren Sie sich auf eines: Was interessiert den Fragesteller wirklich?



Fragen abfedern – den Kern herausfinden

80 „Kurze, präzise Antworten!“ Das wünschen wir uns alle. Aber das geht nicht immer, z.B. bei komplexen Fragen. Und die auf Zeitgewinn gerichtete Floskel „danke für diese gute Frage!“ wirkt meist eher peinlich.

Eine gute Antwort muss zwei Bedingungen erfüllen: Sie muss (a) dem Fragesteller zeigen, dass Sie seine Frage verstanden haben und sie muss (b) Ihre eigene Position stärken, also das für Sie Wichtige transportieren. Ob der Fragesteller zufrieden mit dem Inhalt Ihrer Antworten ist, steht auf einem anderen Blatt.

- **Direkte Neuformulierung** als offene Frage mit einem W-Fragewort: „Was sind die Gründe für diese ... (z.B. Preispositionierung)? Erstens ...“
- **Neuformulierung mit Sie-Vorspann:** „Sie fragen, warum wir diese Preispositionierung gewählt haben. Es ist ...“
- **Antwort mit eingebautem Schlüsselwort:** „Unsere Preispositionierung ist das Ergebnis von...“

Schwierige Fragen und als Fragen getarnte Angriffe sind Thema in der „Konfliktorientierten Kampfrethorik“. Für Teilnehmer mit starken Nerven, die ihr Steh- und Reaktionsvermögen trainieren wollen.

Beobachten Sie genau, ob Sie beim Schlüsselwort (hier die Preispositionierung) ein Nicken „ernten“. Wenn nein, Antwort stoppen – rückfragen!



Einwände sind keine Wände, sondern Wendungschancen!

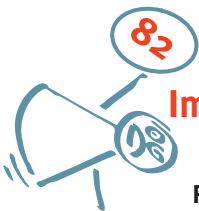
Wir erleben Einwände oft als Angriff, als "nein!" zu unserer Präsentation oder gar zu unserer Person. Unter Stress wirkt alles bedrohlich – sogar simple Fragen.

Es geht darum, Einwände positiv zu sehen und konstruktiv zu behandeln. Probieren Sie die bewährte 5-A-Methode:

- **A wie Annehmen:** Signalisieren Sie, dass Sie den Einwand ernst nehmen. „Genau. Die Produktionskosten sind wichtig.“
- **A wie Aufklären:** Wenn die Frage nicht 100%-ig klar ist, nachfragen: „Was genau meinen Sie mit, nicht schnell genug?“
- **A wie Antworten:** Jetzt ist es Zeit für die inhaltliche Behandlung – informieren, vorrechnen, nachweisen. „Wenn wir die Investition auf die geplante Auslastung für 2007 umlegen, dann sinken die Stückkosten!“
- **A wie Aufwiegen:** Wenn der Einwand stimmt, bekräftigen Sie ihn – und zeigen die Vorteile. „Sie haben völlig recht. Und (nicht „aber!“) über 5 Jahre sinken die Produktionskosten signifikant“
- **A wie Abchecken:** „Beantwortet das Ihre Frage (nicht „Einwand“) ?“
Vorsicht: niemals, wenn das „Ja“ eine „Kapitulation“ bedeutet ...

Fragen und als Fragen verkleidete Einwände gehören auch in das Trainingsprogramm von „Selling to Groups“, der Verkaufspräsentation in der kleinen Gruppe.

TIPP: „Unrat vorbeischwimmen lassen!“ – nicht JEDEN Einwand aufgreifen. Das gilt besonders WÄHREND Ihrer Präsentation.



Im Kreuzfeuer scheitern – am besten spontan!

Was für die Präsentation gilt, gilt für die Fragerunde noch viel mehr: Der sicherste Weg zum Absturz führt an der Vorbereitung vorbei.

Sie haben eine überzeugende Präsentation vorbereitet und wollen sich doch die Chance auf ein klares „Nein!“ offen halten? Fragen und Einwände bieten Ihnen dazu reiche Möglichkeiten:

- **Desinteresse signalisieren:** Schauen Sie während der Frage weg, am besten auf die Uhr oder in Ihre Unterlagen.
- **Dialoge pflegen:** Geben Sie die Antwort nur dem Fragesteller, ignorieren Sie alle anderen Personen im Raum und bleiben Sie auch am Schluss noch mit ihm im Blickkontakt, das ermuntert zum Weiterfragen.
- **Oberlehrer:** „Wie ich schon gesagt habe...“ oder „da haben Sie mich falsch verstanden!“
- **Recht behalten:** „Ich werde Ihnen beweisen...“
- **Herablassung:** Augen verdrehen, seufzen, ...
- **Langatmigkeit** – wenn Kürze möglich wäre

Richtig intensiv trainieren Sie Ihre Reaktion im persönlichen Coaching – mit mir oder einem meiner HPS Kollegen. In zwei Stunden schaffen wir meist einen Probelauf und eine intensive Kreuzfeuer-Sitzung.

Das sicherste Absturzrezept bietet diese Kombination: Sachlich ahnungslos und emotional überheblich.

Fragen, Ideen, Tipps

WIR SIND ÜBERSIEDELT:
Mariahilfer Straße 34
Tel: 522 40 50-0 Fax: DW 50

Als pdf auch auf www.hps-training.com



Eigentümer, Herausgeber und Verleger: HPS GmbH.
Verantwortlicher Redakteur: Prof. Dr. Emil Hierhold, emil@hierhold.com
Adresse: HPS Hierhold Presentation Services GmbH, A-1070 Wien, Mariahilfer Straße 34 **Tel:** 01-5224050-0, **Fax:** DW 50. Ihr persönliches Gratis-Abonnement bestellen Sie bitte bei headoffice@hps-training.com mit dem Betreff „**Präsentationspraxis Post**“ und Ihrer Anschrift im Text (falls Sie Ihr Exemplar per Post erhalten wollen). Oder mit dem Betreff „**Präsentationspraxis Email**“ – dann senden wir Ihnen bei jeder neuen Ausgabe den link zum download.