

Strategisch klug fragen – unabdingbar beim Führen, Beraten und Verkaufen

„Wer fragt, der führt.“ – Diesen Spruch kennen Sie vermutlich.

Meiner Erfahrung nach fehlt ihm ein entscheidender Zusatz. Ich formuliere den Spruch wie folgt: **„Wer fragt, der führt. Doch wohin?“**

Im Unterschied zum reinen Präsentieren haben Gespräche zwischen Menschen Ähnlichkeiten mit Tennispielen und Schachspielen. So wie Sie beim Tennis den Ball über das Netz in die andere Spielhälfte spielen, so kommt er zu Ihnen zurück, wenn überhaupt. Und wenn Sie beim Schachspielen zwei oder drei Züge vorausdenken, werden Sie Ihr Ziel schneller und sicherer erreichen.

Vergleichbares gilt auch für Gespräche jeder Art: **Wenn Sie rhetorisch geschickt formulieren, erreichen Sie Ihr Ziel schneller.** Und häufig ist rhetorisches Geschick überhaupt erst die Voraussetzung für erfolgreiches Kommunizieren. **Ein enorm wichtiges rhetorisches Werkzeug dabei ist strategisch kluges Fragen.** Fragen Sie strategisch unklug, kommen Sie im Miteinander mit den Anderen oftmals nicht vom Fleck, im Gegenteil.

Ein klassisches Beispiel für unkluges Fragen liefern schwache Verkäufer: Auf die Bemerkung des Kunden „Das Produkt/Angebot gefällt mir nicht.“ reagiert der schwache Verkäufer mit: „Was gefällt Ihnen denn nicht?“. Als Antwort liefert der Kunde all die Punkte, die ihm nicht gefallen. Bevor der Verkäufer nun auch nur einen Millimeter weiter in Richtung Verkaufsabschluss kommen kann, muss er die genannten Punkte zuerst entkräften. Hätte er geschickt gefragt, wäre ihm dies erspart geblieben. Durch eine strategisch kluge Frage im Sinne von „Wie muss denn das Angebot aussehen, dass es Ihre Zustimmung erhält?“ bekommt er Antworten, die ihn dem Abschluss näher bringen oder erkennen lassen, dass es zu keinem Geschäft kommt.

Auch Führungskräfte sollten sich nicht wundern, wenn sie durch ungeschickte Wortwahl und taktisch unkluge Fragen Führungsschwäche zeigen und oftmals sogar ihre Mitarbeitenden durch Worte demotivieren. Souveräne Führungsrhetorik vermeidet dies.

Vom Ende her denken – dann entsprechende Fragen stellen

Unabhängig davon, ob Sie im Verkauf, in der Beratung oder als Führungskraft Gespräche führen, überlegen Sie vorher, was Sie mit dem Gespräch erreichen wollen. **Denken Sie also vom Ende her. Und richten Sie Ihre Fragestrategie und Ihre Wortwahl entsprechend darauf aus, welches Ziel Sie erreichen wollen.** Neben dem Vermeiden von Floskeln, Führungsschwachen Worten und Füllwörtern (die meist Unsicherheit signalisieren) kommt es auf strategisch kluges Fragen an. Und strategisch kluges Fragen lässt sich trainieren.

Je mehr der möglichen Fragearten Sie beherrschen, umso flexibler und führungsstärker werden Sie auftreten. Sie haben zunächst die Wahl zwischen **offenen und geschlossenen Fragen**. Unter den offenen Fragen stehen Ihnen **zahlreiche Varianten zur Verfügung: von Alternativfragen über Betroffenheits-, Suggestiv- und Szenariofragen bis hin zu Ultima-Ratio-Fragen**. Je nachdem, welches Ziel Sie verfolgen und wie Sie dabei strategisch vorgehen möchten, nutzen Sie die passende Alternative.

Denken Sie daran, dass, wenn Sie starke Fragen stellen wollen, stets gilt: **Fragezeichen = Stoppschild!** Nach dem Fragezeichen hören Sie auf zu sprechen und warten ab. Dies bedeutet insbesondere, dass Sie **immer nur eine Frage stellen und die Antwort darauf abwarten**. Sehr oft stellen Menschen mehrere Fragen hintereinander und wundern sich, dass sie die gewünschten Informationen nicht erhalten. Denn in der Regel wird auf die zuletzt gestellte Frage geantwortet, oftmals auch auf die am leichtesten zu beantwortende Frage.

Fragen statt behaupten

Führungskräfte wie auch Verkäufer begehen sehr oft den Fehler, dass Sie zu oft etwas behaupten, anstatt zu fragen. In den Seminaren und Einzeltrainings erleben meine Kunden anhand eines einfachen Textes, wie subjektiv unterschiedlich unser Gehirn objektiv eindeutige Fakten wahrnimmt. Die Welt, die wir meinen zu sehen, mag von unserem Gesprächspartner anders gesehen werden.

Der sich daraus ergebenden Kommunikationsfalle entgehen Sie, in dem Sie Fragen stellen anstatt Sachverhalte, die Sie sehen und als objektiv wahr einstufen, behaupten. Diese Methode hat auch den **angenehmen Nebeneffekt**, dass Sie damit Ihr Gegenüber selber zu Lösungen oder Entscheidungen animieren. Und dies ist **sowohl in der Führung als auch im Verkauf der Königsweg**, dass Ihr Gegenüber sich selbst überzeugt und nicht das Gefühl hat, etwas „aufgedrückt“ zu bekommen.

Ich wünsche Ihnen stets strategisch kluge Fragen zur richtigen Zeit.

Kommen Sie jederzeit gerne auf mich zu, wenn Sie oder Ihre Mitarbeitenden die Fragetechnik oder das Auftreten allgemein verfeinern wollen. Mehr Informationen finden Sie auf der völlig neu gestalteten Homepage www.die-stilwelt.de.

Mit herzlichen Grüßen,

Ihr Peter A. Worel

Peter A. Worel, Geschäftsführer von Stilwelt® - Führungsberatung, Seminare & Coaching, ist Managementtrainer, Buchautor und Redner. In seinen Vorträgen, die er im In- und Ausland hält, erhalten Sie Impulse zu wirklich überzeugendem Auftreten. Als gefragter Experte zum Thema „Überzeugendes Auftreten“ arbeitet er in Seminaren und Einzeltrainings mit Menschen aus sämtlichen Hierarchieebenen von Banken, Industriekonzernen, Klein- und mittelständischen Unternehmen sowie mit Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens zusammen und verhilft ihnen zu überzeugendem, sicherem und erfolgreichem Auftreten. Ein Motto von ihm lautet: „Jeder Auftritt verdient einen Feinschliff.“

*Im Buchhandel und im Internet
für Sie erhältlich:*



Nutzen Sie den Vorteil von individuell zugeschnittenen

- firmeninternen Seminaren
- Einzeltrainings
- Vorträgen
- Coachings

Sie bestimmen die Inhalte. Ihre Bedürfnisse zählen.

Entscheiden Sie sich für Stilwelt[®] und nutzen Sie maßgeschneiderte Profi-Qualität zu den Themen

- „Auftreten – wirklich überzeugend. Immer und überall.“
- „So bringen Sie Ihre Rhetorik, Etikette und Körpersprache in Einklang.“

Das aktuelle Buch von Peter A. Worel: „Türöffner zum Erfolg – Wie Sie bei Gesprächspartnern und Kunden überzeugend auftreten“ (empfohlen u.a. von managementbuch.de und Handelsblatt)

Gebundene Ausgabe: 363 Seiten

ISBN-13: 978-3527506262

Verlag: Wiley-VCH Verlag

Preis: 19,90 Euro

Was Sie können, wissen Sie. Bei Stilwelt[®] erfahren Sie, was Sie noch nicht können.
Stilwelt[®] – mehr Nutzen als üblich.