



## Gesprächsfokus

Vom <was> zum <wie> genau - mit einem anderen Gesprächsfokus einfach mehr bewegen

Stellen Sie sich einmal vor Sie würden Ihrem Mitarbeiter in diesem Moment folgende Frage stellen: „Lieber Mitarbeiter, wenn Sie einmal die letzten Vertriebsgespräche kurz Revue passieren lassen... wie würden Sie den Nutzen für sich durch diese Gespräche auf einer Skala von 1-10 bewerten?“ Genießen Sie ruhig kurz diesen Ausblick.

In vielen Vertriebsgesprächen wird am Ende noch zu sehr der Fokus auf das Thema Zahlen, Daten, Fakten sowie die Abstimmung von Maßnahmen gelenkt. In vielen Fällen steht dann als Ergebnis die Antwort in Bezug auf das „was“ ist jetzt zu tun. Zu oft bleibt der Mitarbeiter in der Beantwortung der Frage „Wie gewinne ich Kunden für die digitalen Möglichkeiten unseres Hauses?“, „Wie begeistere ich den Kunden für unsere Lösungsmöglichkeiten?“ oder „Wie genau kann ich meine Effizienz im Arbeitsalltag erhöhen?“ dann eher allein. Geht der Mitarbeiter dagegen mit einer konkreten Idee, mit selbstentwickelten Lösungen zurück in die Praxis, zeigt sich meistens eine viel höhere Sicherheit und Umsetzungsmotivation. Wie oft waren Ihre Mitarbeiter von Ihren Vertriebsgesprächen diesbezüglich in den letzten 12 Monaten angetan, vielleicht sogar begeistert?

Entscheidend ist der richtige Schwerpunkt im Gespräch in Bezug auf das „Wie genau“. Eine einfache Logik hat sich dabei in der Praxis sehr bewährt:

M...ethode – beherrscht mein Mitarbeiter die Methodik (Einwandbehandlung, Preise durchsetzen, Nutzenargumentation, etc.), um das gewünschte Verhalten zu zeigen?

O...rganisation – setzt der Mitarbeiter beispielsweise die Prioritäten richtig, wie ist der Arbeits-/Vertriebsalltag organisiert?

V...erhalten – wie agiert der Mitarbeiter im Kundengespräch, in der Akquisition?

E...instellung – mit welcher Haltung geht mein Mitarbeiter in ein Kundengespräch, welche Einstellung hat mein Mitarbeiter zu den Themen im Vertrieb?

R...olle – in welcher Rolle agiert er im Kundengespräch – echter Beziehungsmanager und Entscheidungshelfer oder doch nur getriebener Produktverkäufer?

Der M.O.V.E.R. hilft Ihnen dabei den richtigen Fokus bzw. den größten Hebel beim Mitarbeiter zu finden. Und wenn er dann eine konkrete Idee davon hat „wie genau“ er das „was“ umsetzt, dann sorgen Sie unweigerlich für deutlich mehr Bewegung und Erfolg. Einfach, wirksam und erlebbar passen wir den M.O.V.E.R. mit Ihnen auf Ihr Haus an.

**Ihre innovent consult aus Münster!**