

---

# Arbeitsblätter

zur

## Gesprächsführung im Kundenkontakt



Teilnehmerunterlage

synapse-web.com



---

## Inhaltsverzeichnis

1.	Angst vorm Nein - Sagen.....	- 3 -
2.	Blickverhalten .....	- 4 -
3.	DistanzundNähe.....	- 5 -
4.	Zuhören.....	- 6 -
5.	Einwandbehandlung .....	- 7 -
6.	Reagieren auf "zu teuer".....	- 9 -
7.	Fragetechniken.....	- 10 -
8.	Ich- und Sie- Botschaften.....	- 11 -
9.	Körpersprache.....	- 12 -
10.	Fragewörter (Reizwörter) die man im Gespräch vermeiden soll.....	- 13 -
10.1	Beispiele für Reizworte und die kundenorientierte Formulierungen.....	- 14 -
12.	Umgang mit schwierigen Situationen.....	- 16 -
13.	Den Telefonkontakt positiv aufbauen.....	- 17 -
14.	Gesprächsverlauf / Gesprächsleitfaden.....	- 18 -
15.	Gesprächsanalyse für Telefongespräche.....	- 19 -
16.	Beurteilungsbogen zum Stimmtest.....	- 20 -
18.	Mein persönlicher Maßnahmenplan zur Gesprächsführung.....	- 21 -



synapse-web.com

---

## 1. Angst vorm Nein – Sagen



Ursachen	Maßnahmen
<p>Die Angst, die Anerkennung anderer Menschen zu verlieren</p> <p>Die Angst, jemanden durch Nein - Sagen zu verletzen</p>	<p><a href="http://synapse-web.com">synapse-web.com</a></p>
<p>Das Bedürfnis zu helfen</p> <p>Die Verpflichtung, anderen zu helfen, da wir in der Schuld stehen</p> <p>Wir möchten uns für unentbehrlich halten</p> <p>Die Furcht, wir könnten etwas verpassen oder eine Information nicht bekommen</p> <p>Keine "Anreden" parat</p>	

### 3. Distanz und Nähe



Distanz und Nähe werden unterschiedlich gedeutet und empfunden. Distanz im Sinne von Distanziertheit und Nähe im Sinne von Vertrautheit drücken sich in der Körpersprache aus.

Wichtig ist für Sie, dass Sie das richtige Maß an Distanz und Nähe beim Kontakt mit dem Kunden herausfinden. Man unterscheidet hierbei 4 verschiedene Distanzzonen:

Distanzzone	Anwendung
<b>Intime Distanz</b> 0 - 60 cm	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bei engsten Vertrauten und der Familie</li> <li>• für den Kundenkontakt nicht geeignet</li> </ul>
<b>Persönliche Distanz</b> 0,4 - 1,5 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bei Umgang mit Freunden</li> <li>• bei wichtigen Kunden, die Sie schon länger kennen, kann der "gebührende" Abstand Ehrerbietung ausdrücken.</li> </ul>
<b>Gesellschaftliche Distanz</b> 1,5 - 4 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bei unbekannten Personen</li> <li>• angemessen bei Neukunden, um Respekt auszudrücken. Wenn der Kunde es möchte, kommt er auf Sie zu.</li> </ul>
<b>Öffentliche Distanz</b> ab 4 m	<ul style="list-style-type: none"> <li>• bei Veranstaltungen. Der Einsatz der Stimme muss hier schon verändert werden, um sich verständlich zu machen.</li> <li>• für den Kundenkontakt nicht geeignet</li> </ul>

---

## 4. Zuhören

Voraussetzungen dafür, dass man den Kunden richtig versteht, seine Bedürfnisse erkennt und seine Ziele herausfindet ist, dass man ihm zuhört und so alle relevanten Informationen aufnimmt.

Kunden liefern oft selbst die besten Verkaufsargumente. Gut zuhören lohnt sich.

### Techniken des Zuhörens:



**Passives Zuhören**



**Aufmerksamkeitsreaktionen**



**Aktives Zuhören**



**Passives Zuhören**

**synapse-web.com**

Schweigen ist ein Instrument, mit dem man Interesse und Anteilnahme ausdrücken kann. Jemand der bereit ist zuzuhören, ermutigt den anderen, mit dem Reden fortzufahren.

### Aufmerksamkeitsreaktionen

sind Anzeichen, dass man die Botschaften des Gesprächspartners mit der notwendigen Aufmerksamkeit aufnimmt.

Beispiele: Blickkontakt, Kopfnicken, "Mm-hm", "ja", "wirklich?", "verstehe"

**Passives Zuhören und Aufmerksamkeitsreaktionen bringen Menschen dazu, mit dem Reden anzufangen. Um sicherzustellen, dass man den anderen wirklich verstanden hat, bedarf es der Technik des aktiven Zuhörens.**

## 5. Einwandbehandlung

Zu jeder Zeit des Gesprächs können Sie mit Einwänden des Kunden konfrontiert werden. Da Sie die Einwände nicht einfach ignorieren können, gibt es Techniken, diese in einem angemessenen Stil auszuräumen.

Technik	Beispiel	Funktion
<b>Vorwegnahme</b>	Einwände, die mit Sicherheit kommen, selbst aufgreifen und entschärfen, z.B. <i>"Ich weiß, was Sie sagen werden... dagegen spricht...!"</i>	Der Einwand verliert an Brisanz. Der Kunde weiß, was ihn erwartet und seine Aufmerksamkeit wird zugleich auf die spezifischen Vorzüge des Produkts o.ä. gelenkt.
<b>Gegenfrage</b>	Einwand mit einer Frage beantworten, z.B. <i>"An was denken Sie...?"</i> <i>"Was genau...?"</i>	Wenn der Einwand unklar ist. Vorteil: Sie können die Ursache für den Einwand genau erforschen.
<b>Bumerang</b>	Einwand an den Kunden zurückgeben, z.B. <i>"Gerade dann sollten wir...!"</i> <i>"Um so wichtiger ist es..."</i>	Wenn der Kunde einen wichtigen Punkt übersehen hat. Vorteil: wirkt freundlich auf den Kunden und nicht belehrend.
<b>Neuer Gesichtspunkt</b>	Neuen Gesichtspunkt in das Gespräch bringen, z.B. <i>"Andererseits ist es wichtig...!"</i> , <i>"Andererseits bietet es Ihnen die Möglichkeit...!"</i>	Bei festgefahrenen Gesprächen einsetzen, um dem Gespräch eine neue Richtung zu geben.

---

## 6. Reagieren auf "zu teuer"



Dieser Einwand kann sachliche oder psychologische Gründe haben. Sachliche lassen sich mit Argumenten ausräumen. Bei psychologischen müssen Sie auf die dahinterstehenden Aspekte wie Desinformation, Konkurrenzangebot, Sparsamkeit etc. eingehen.

**Sie reagieren am besten nach folgenden Schritten:**

1. Kundeneinwand aufnehmen
2. Preisargumentation einleiten
3. Argumentation
4. Abschlussorientierte Frage

**Bsp.:**

zu 1.) *"Ja das Auto ist nicht billig."*

zu 2.) *„... und Sie fragen zu Recht, was Sie dafür bekommen."*

zu 3.) *"Sie bekommen folgende Extras ..."*

zu 4. *"Inwieweit besteht Interesse an einer Probefahrt?"*

## 7. Fragetechniken

Es gibt verschiedene Fragetechniken, die bestimmte Funktionen haben. Setzt man sie im Gespräch richtig ein, erleichtern sie die Gesprächsführung.

Frageart	Beispiel	Funktion
Offene Fragen	<i>wer, was, wann, wo, wie, wieviel</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• erleichtert den Gesprächseinstieg</li> <li>• Aktiviert Gesprächspartner zum Reden</li> </ul>
Geschlossene Fragen	<i>Haben Sie...? Möchten Sie...? Kommen Sie...?</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Erwartete Antwort: "Ja/Nein"</li> <li>• Klärung eines Sachverhalts</li> <li>• Bestätigung einer Vermutung</li> <li>• Stoppt Dauerredner</li> <li>• Erleichtert am Ende des Gesprächs die gegenseitige Rückversicherung, dass man sich verstanden hat</li> </ul>
Suggestivfrage	<i>Sie haben doch bestimmt/ sicherlich/ gewiss...?</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensible Frage, da sie eine Unterstellung beinhaltet</li> <li>• In Verbindung mit geschlossenen Fragen können Sie Kunden, die eines Anstoßes bedürfen, bei ihrer Entscheidung unterstützen</li> </ul>
Alternativfrage	<b>ODER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gibt dem Gesprächspartner die Möglichkeit, zwischen 2 Alternativen zu wählen</li> <li>• Zur Entscheidungshilfe einsetzen</li> </ul> <p><b>Achtung:</b> Sicherungsfragen stellen, um zu klären, ob Alternative durchdacht wurde, z.B. "Habe ich Sie richtig verstanden, dass...?"</p>

---

## 9. Körpersprache

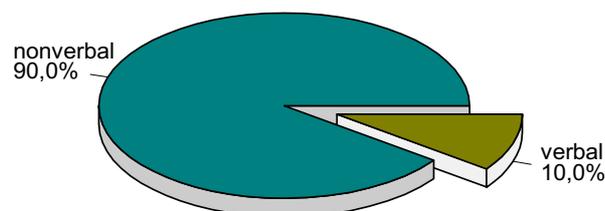
Eine mögliche Interpretation der Körpersprache kann dem Verkäufer helfen, sich noch besser auf den Gesprächspartner einzustellen.

Mit der Körpersprache sagt der Gesprächspartner häufig mehr als mit Worten.

**Nonverbale Signale sind:**

- äußere Erscheinung
- Körperhaltung
- Mimik
- Sprechweise: *Tonfall, Betonung, Pausen*
- Gestik
- Blickkontakt/-verhalten
- Berührung
- räumliche Distanz

**Nonverbale Signale stellen eine wichtige Informationsquelle dar.  
Ca. 90 % der Sympathie wird durch nonverbales, nur ca. 10 % durch verbales Verhalten angezeigt.**



---

## 10. Fragewörter (Reizwörter) die man im Gespräch vermeiden soll



**Wieso ?**



**Weshalb ?**



**Wofür ?**



Durch diese Fragewörter kann sich der Gesprächspartner in die Enge getrieben fühlen. Die Gesprächsatmosphäre wird negativ beeinflusst, da der Gesprächspartner das Gefühl hat, sich rechtfertigen zu müssen.

**Unbedingt zu vermeiden ist die Dopplung dieser W-Fragen, denn meistens gerät man dadurch schnell in unangenehme Situationen.**

Bsp.: "Möchten Sie den Artikel bestellen?"  
"Nein"  
"Darf ich fragen warum?"  
"Der Artikel gefällt mir nicht besonders gut."  
"Und warum nicht?"  
"☹️"

## 10.1 Beispiele für Reizworte und die kundenorientierte Formulierung

**Übung:** Formulieren Sie bitte die Aussagen kundenorientiert.

Vermeide:	Stattdessen:
Darf ich Sie mal unterbrechen	
Ich muss mich da erst erkundigen	
Das müssen Sie verstehen	
Was haben Sie für eine Reklamation?	
Retoure	
Ich brauch noch ein paar Daten	
Hier ist nichts gespeichert	
Ich bedanke mich	
Warum haben Sie sich nicht früher gemeldet	
Bestimmt haben Sie schon gelesen, daß der Otto Versand jetzt Shopping rund um die Uhr anbietet	
Wir bieten Ihnen eine enorme Auswahl, die Ihnen unser Berater gern erklärt.	
Sicherlich wissen Sie schon, dass unserer Firma einen optimalen Lieferservice bietet.	

---

## 11. Umgang mit schwierigen Situationen

---



1. Ruhe bewahren
2. Durchatmen und Pause einlegen
3. Unerwartet reagieren (Überraschungseffekt)
4. Eindeutige Ziele formulieren
5. Gesprächsort oder -thema wechseln

6. Ablenkungsmanövern entgegenwirken:

*"Wir waren an folgendem Punkt stehengeblieben..."*

*"Das haben wir also geklärt. Dann ist ja noch die Frage von vorhin offen, nämlich..."*

7. Zwischenfragen vertagen.

*"Sind Sie einverstanden, wenn wir diesen Punkt später klären - ich wollte eh' darauf zu sprechen kommen."*

---

## 12. Den Telefonkontakt positiv aufbauen

		Beispiel / Erklärung
1.	Zuerst mit Namen begrüßen	
2.	Mit dem eigenen Namen einleiten ..... (Vor- und Nachname!)	
3.	"Firma" ist das Stichwort, das der Kunde wiedererkennt (Gedächtnisarten!)	
4.	Erst den eigenen Namen, dann den Namen der Firma nennen	
5.	Namen nicht verstanden? Sofort klären!	
6.	Ist der Kunde geprächsbereit?	
7.	Anruf begründen	

## 13. Gesprächsverlauf / Gesprächsleitfaden

1.	<u>Inhalt:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Begrüßung</li> <li>• Warming up</li> <li>• Vorstellung</li> </ul>	<u>Beispiel:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Gruß - Firma - Name</li> <li><input type="checkbox"/> Gesprächspartner aufnehmen</li> <li><input type="checkbox"/> freundliche, höfliche, positive Stimmung "Schön, dass Sie da sind."</li> </ul>
2.	<b>Beziehungsaufbau / Kontaktaufbau</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wertsch. persönl. Ansprache</li> <li>• Positive Verstärker</li> <li>• Situation aufnehmen</li> <li>• Keine künstliche Hochstimmung aufbauen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Wohlwollende Formulierung</li> <li><input type="checkbox"/> "Hoffentlich störe ich nicht"</li> <li><input type="checkbox"/> "Schön, dass ich Sie erreiche"</li> <li><input type="checkbox"/> "Gut bestellt ..."</li> </ul>
3.	<b>Ziel / Absicht / Intension</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grund des Anrufs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Grund des Anrufes formulieren</li> <li><input type="checkbox"/> "Ich möchte Sie gerne persönlich kennenlernen"</li> <li><input type="checkbox"/> Nutzen herausstellen</li> </ul>
4.	<b>Angebot / Vereinbarung treffen</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terminvorschlag unterbreiten</li> <li>• Vereinbarung treffen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Bestätigung einholen</li> <li><input type="checkbox"/> "Kann ich dann mit Ihnen rechnen?"</li> <li><input type="checkbox"/> "Passt Ihnen der ..... oder der ....."</li> </ul>
5.	<b>Verabschiedung / Gesprächsabschluss</b>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resumée</li> <li>• Abschiedsfloskel</li> <li>• Dank / Verabschiedung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Gespräch zusammenfassen</li> <li><input type="checkbox"/> Bedanken</li> <li><input type="checkbox"/> Verabschieden</li> </ul>

---

## 15. Beurteilungsbogen zum Stimmtest

Fehler! Textmarke nicht definiert.	1	2	3	4	5
<b>Stimme</b>					
<b>Lautstärke</b>					
<b>Melodie</b>					
<b>Tempo</b>					
<b>Klangfarbe</b>					
<b>Höhen und Tiefen</b>					
<b>Deutlichkeit</b>					
<b>Freundlichkeit</b>					
<b>Pausen-Technik</b>					
<b>Sympathie ausstrahlen</b>					

Die Klassifizierung 1 - 5 hat folgende Bedeutung:

- 1 = sehr ausgeprägt
- 2 = ausgeprägt
- 3 = konnte nicht beurteilt werden
- 4 = verbesserungsfähig
- 5 = nicht vorhanden