

# Wie Sie fragen, ohne auszufragen

**Richtig gut beraten, das heißt vor allem richtig gut fragen zu können. Dabei ist eine angenehme Fragetechnik nicht jedermann in die Wiege gelegt. Verkaufstrainer Oliver Schumacher gibt Tipps, wie Sie die (Ihre) Beratungsgespräche und die des Teams optimieren können.**

Wer kennt nicht das Lied aus der Sesamstraße „Der, die, das - wer, wie, was - wieso, weshalb, warum - wer nicht fragt, bleibt dumm!“? Als Kinder haben so manche von uns anderen nahezu Löcher in den Bauch gefragt. Mit zunehmendem Erwachsenwerden haben sich das die meisten von uns abgewöhnt. Zum einen, weil wir vielleicht nicht mehr ganz so neugierig sind oder uns manches auch gar nicht interessiert. Zum anderen, weil wir aufgrund von gewissen Antworten zu der Erkenntnis gekommen sind, dass Fragen manchmal falsch sind. Schließlich fühlte sich wahrscheinlich jeder von uns schon einmal durch Fragen unter Rechtfertigungsdruck („Wieso haben Sie das so gemacht?“), bloßgestellt („Ja, weißt Du das denn nicht?“) oder in der Zwickmühle („Sag ich ihr denn nun wirklich meine Meinung aufgrund ihrer Frage, wie ich ihren neuen Freund finde, oder nicht?“).

## Stereotype Fragen vermeiden

Die Konsequenz daraus ist für viele, im Berufsalltag weniger zu fragen. Häufig wird zu Beginn einer Dienstleistung nur eine Frage gestellt, wie beispielsweise „Wie hätten Sie es denn gerne?“ Mit der häufig sehr kurzen Antwort geben sich dann viele Friseur zufrieden und geben dann ihr Bestes. Interessanterweise sind dann mit dem Ergebnis nicht alle Kunden zufrieden. Nicht unbedingt, weil Sie schlechte Arbeit gemacht haben. Dennoch kann es passieren,

dass sich Ihre Kundin eigentlich doch etwas anderes vorgestellt hat. Nun kann man sich natürlich fragen: Warum sagt die Kundin denn nicht gleich, was sie wirklich will? Schließlich haben Sie sie doch gefragt! Die Erklärung ist so einfach wie auch erschreckend: Viele Menschen sagen aufgrund einer einzigen Frage nicht gleich alles. Vielleicht, um sich langsam vorzutasten, wie ihr Gegenüber auf die ersten Äußerungen reagiert. Möglicherweise auch, weil sie denken, dass Sie Gedanken lesen können und aufgrund dieser kurzen Aussage schon alles gut verstehen. Eventuell aber auch, weil sich bisher alle anderen Friseure ebenfalls mit der kurzen Antwort zufrieden gegeben haben und somit von der Kundin ein mangelhaftes Interesse ihrerseits ebenfalls unterstellt wird.

## Der Trick mit der Nachfrage

Gewöhnen Sie sich an nachzufragen. Häu-

### der Autor

Oliver Schumacher hat sich als Trainer, Autor und Berater auf die Beauty-Branche spezialisiert. Sowohl namhafte Haarkosmetik-Hersteller und Großhändler als auch Friseure und Kosmetiker gehören zu seinen Kunden.

Kontakt:

Oliver Schumacher, Tel. 0591 / 6104416; 0151 / 26705555  
www.verkaufsergebnisse.de

E-Mail:

schumacher@verkaufsergebnisse.de

fig kommen die echten Wünsche erst nach dem zweiten oder dritten Nachfragen. Also fragen Sie nach mit „Was noch?“, „Haben Sie sonst noch weitere Wünsche?“ oder „Was ist Ihnen sonst noch wichtig?“. Sie werden staunen, wie viel Sie plötzlich erfahren. Sie können doch erst dann eine optimale Dienstleistung liefern, wenn Sie Ihre Kundin wirklich verstehen. Darum

fragen Sie zukünftig mehr nach. Damit sich Ihre Kundin nicht ausgefragt fühlt, erklären Sie ihr, weshalb Sie ihr nun mehrere Fragen stellen. Beispielsweise mit „Damit ich Ihnen eine optimale Frisur machen kann, möchte ich Ihnen ein paar Fragen stellen. Darf ich?“ Jede Kundin wird diese Frage bejahen und hat auch gleich die Erklärung, weshalb nun ein paar Fragen mehr kommen.

## Missverständnisse ausräumen

Vergessen Sie aber nicht, Unklarheiten sofort zu hinterfragen. Stellen Sie sich vor, Sie sind beim Arzt. Wenn dieser Sie nun fragt, wie viel Alkohol Sie in der Woche trinken und Ihre Antwort dann „normal viel“ ist, wird er sich damit nicht zufrieden geben. Er wird nachfragen: „Was ist für Sie „normal viel?“ Ebenso müssen Sie auch bei Ihrer Kundschaft nachfragen, wenn es Antworten gibt, die Interpretationsspielraum zulassen. Denn jede Kundin und jeder Kunde versteht unter „kurz“, „lang“, „schick“ oder „mal was anderes“ etwas anderes. Wenn Sie hier nicht gezielt nachfragen, sind Missverständnisse und Konflikte vorprogrammiert.

## Checklisten aufstellen

Überlegen Sie sich, wie Checklisten für unterschiedliche Beratungsgespräche Ihren Alltag erleichtern könnten. Wenn Sie und Ihre Mitarbeiter die Kundenergründung systematisieren, dann werden viele Punkte zukünftig nicht mehr vergessen. Bei dieser Gelegenheit könnten Sie dann auch die Fragen einbauen, wie und womit Ihre Kundin die Haare zu Hause pflegt. Damit bekommen Sie automatisch gute Steilvorlagen für das folgende Beratungsgespräch. Es versteht sich von selbst, dass die Anzahl der Fragen nicht ins unermessliche gehen darf. Mit guten Erklärungen, warum Sie das ein oder andere Detail wissen wollen, können Sie aber bestimmt 5 oder 6 Fragen stellen, ohne dass sich Ihre Kundin ausgefragt, aber verstanden fühlt.

