

Geschätzte Leserinnen, geschätzte Leser

Die Kommunikation nimmt im täglichen Leben einen immer grösseren Stellenwert ein. Wir kommunizieren in unterschiedlichen Sprachen - nonverbal oder verbal - den ganzen Tag, und das 24 Stunden lang. Ähnlich ist es mit der Gesprächstechnik. Es ist nicht so, dass wir uns nur präsentieren wenn wir mit Menschen sprechen, wir präsentieren uns sobald wir mit anderen Menschen in Kontakt treten, und dies ist doch recht häufig der Fall. Gespräche richtig führen, dabei bewusst kommunizieren und geeignete Hilfsmittel einsetzen, ist für eine Erfolgsgeschichte entscheidend. Sie werden im nachfolgenden Text neues Wissen erfahren, vorhandenes Wissen wieder aktivieren, so dass Sie einen natürlichen Ablauf für Ihre Gesprächstechnik entwickeln. Verwenden Sie diesen Text als Nachschlagwerk für die tägliche Praxis, setzen Sie die für Sie wichtigen Punkte konsequent um. Sie werden feststellen dass Ihre Gespräche strukturiert und dadurch professioneller werden, und vor allem, Sie werden mehr Freude an der Kommunikation haben.

Möchten Sie Ihre Gesprächstechnik, oder die der Mitarbeitenden nachhaltig verbessern?
Ich unterstütze Sie gerne dabei!

Ich wünsche Ihnen in Ihren künftigen Kommunikationsaktivitäten viel Freude und Erfolg!

1

Roland Vogel



Gesprächstechnik

Gesprächsvorbereitung

Zu viele Gespräche finden ohne genaues Ziel statt. Kundentermine verleiten oft dazu, dass man einfach mal hingehet, das Gespräch wird sich dann schon positiv entwickeln. Wenn man dann auf einen vorbereiteten Gesprächspartner trifft, der konkrete Fragen stellt, kann der Kundenbesuch in Peinlichkeit enden, vom erfolgreichen Geschäft fehlt danach oft jede Spur. Wer glaubt, ein Gesprächspartner bemerke nicht, wenn jemand unvorbereitet zu einem Gespräch erscheint, täuscht sich. Gerade Personen die sich seriös auf ein Gespräch vorbereitet haben, können sehr negativ reagieren. Die Vorbereitung interner Gespräche wird oftmals noch sträflicher vernachlässigt als die Vorbereitung des Kundengesprächs.

Besonders für wichtige und heikle Gespräche ist die Vorbereitung unabdingbar. Sie trägt wesentlich zum Erfolg des Gesprächs bei. Die Realität überrollt einen aber nur zu oft, und viele Gespräche entstehen aus einem unmittelbaren Anlass heraus. Gerade in hektischen Situationen lohnt es sich, auch hier kurz innezuhalten. Dieser Moment genügt, um das Gesprächsziel und die Klärung des eigenen Standpunktes zu definieren.

2

Die nachfolgende Checkliste unterstützt Sie bei der Gesprächsvorbereitung:

| Kriterium | Erlедigt | Pendenz | Bemerkung |
|---|----------|---------|--------------------------------|
| Gesprächsziele formuliert (auch Teilziele)? | | | Was will ich? |
| Ziele des Gesprächspartners eingeschätzt? | | | Was will er? |
| Konfliktpotentiale abgewägt? | | | Gibt es solche? |
| Eigener Handlungsspielraum eingeschätzt resp. Kompetenzen geregelt? | | | Kompetenzen/Kalkulation |
| Handlungsspielraum des Gesprächspartners eingeschätzt? | | | Wo kann er entscheiden? |
| Eigene Stärken und Schwächen evaluiert? | | | Situationsanalyse |
| Verhandlungsstrategie entwickelt, Szenario vorbereitet? | | | Plan B |
| Informationen beschafft? | | | Nur Fakten beschaffen |
| Gesprächsstruktur klar, Gesprächsleitfaden erstellt? | | | Einleitung, Hauptteil, Schluss |
| Ungestörter Gesprächsablauf sichergestellt? | | | Standort, Zeitpunkt, Zeit |

Informationsbeschaffung

Informationen finden sich heute in grosser Vielfalt im Internet, man muss sie nur finden und entsprechend zuordnen. Zur Beschaffung von Informationen über Personen und Unternehmen bieten sich folgende Plattformen an:



Merkmal: für Geschäftskontakte, Plattform wird in der Schweiz gerne genutzt.
Vorteil: hohe Qualität, kostengünstig, optimal für die Informationsbeschaffung.



Merkmal: für internationale Geschäftskontakte, in der Schweiz weniger verbreitet.
Vorteil: gute Plattform für international ausgerichtete Personen.



3

Merkmal: Plattform für Privates, wird immer öfter von Unternehmen genutzt.
Vorteil: erreicht eine enorm hohe Anzahl Personen, kostenlos.



Merkmal: Informationen über Unternehmen und deren Besitzverhältnisse.
Vorteil: seriöse Informationen, transparent, Unterschriftsberechtigungen.



Merkmal: persönliches Netzwerk für das private und das geschäftliche Umfeld.
Vorteil: schnelle und zuverlässige, oft vertrauliche Informationsquellen.

Aufzählung nicht abschliessend

Zielsetzungen

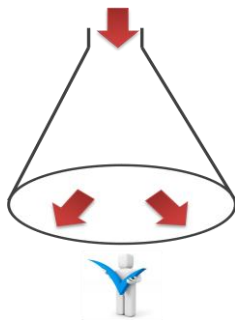
Jedes Gespräch sollte ein Ziel haben. Wer ein Gesprächsziel definiert, wird ein Gespräch nicht zerreden, sondern immer wieder auf den Pfad der Zielerreichung zurückkehren.

Grundsatz: Ziele sollten **inhaltlich definiert, realistisch, zeitlich begrenzt und messbar** sein.

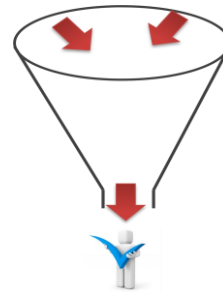
- » Am Ende dieses Gesprächs erhalten wir den Auftrag mit einem DB von 25%.
- » Am Ende des Meetings sind 10 von 12 Pendenzen zur Zufriedenheit aller Parteien bereinigt.
- » Am Ende der Aussprache beteiligen sich beide Parteien zu 50% am entstandenen Schaden.

Die Zielformulierung hängt von der Art des Gesprächs ab. Es macht einen Unterschied, ob es sich um ein Informationsgespräch oder ein Entscheidungsgespräch handelt. Während ein Entscheidungsgespräch Beschlüsse fokussiert, steht bei Informationsgesprächen der gegenseitige Austausch im Vordergrund.

Informationsgespräch



Entscheidungsgespräch



Gesprächsstruktur und -aufbau

Ein Gespräch gliedert sich in 3 Hauptteile:

1. Gesprächseinstieg - Einleitung
2. Gesprächsführung - Hauptteil
3. Gesprächsabschluss - Schlussteil

Unabhängig ob Sie sich auf ein Meeting, ein Verkaufsgespräch, ein Mitarbeitergespräch oder ein Konfliktgespräch vorbereiten, gliedern Sie den Ablauf immer nach der gleichen Struktur. Dieser Ablauf unterstützt Sie auch in Vorbereitungen auf kurzfristige Gespräche.

Der Gesprächseinstieg

Stellen Sie sich Ihrem Gesprächspartner immer mit Vor- und Nachnamen vor, das gehört sich so und verleiht Ihnen zudem mehr Persönlichkeit. Viele Menschen vergessen Namen, obschon sich der Gesprächspartner mit vollem Namen vorgestellt hat. Das liegt meist daran, dass bei der Begrüssung die nötige Aufmerksamkeit gefehlt hat.

Tipp: Blicken Sie Ihrem Gesprächspartner während der Begrüssung ca. 1 Sekunde in die Augen, und Sie werden seinen Namen nicht mehr vergessen.

5



Smalltalk

Der Smalltalk ist ein wichtiger Bestandteil für den Gesprächseinstieg, er dient einer angenehmen Gesprächsatmosphäre. Doch wenn Sie das Wetter als geeignete Grundlage für einen Smalltalk wählen, haben Sie sich nicht genügend vorbereitet! Setzen Sie bei den Vorlieben und Hobbys Ihres Gesprächspartners an oder bei seiner Aus- und Weiterbildung!

Gesprächseinleitung

Um ein Gespräch zu eröffnen und/oder im Fluss zu halten, eignen sich offene Fragen, die so genannten W-Fragen. W-Fragen beginnen in der Regel mit: wer, wie, was, wie viel, warum, wo etc. Mit W-Fragen ermöglichen Sie eine Diskussion, und der Gesprächspartner erhält die Möglichkeit, sich mitzuteilen. Diese Art der Fragestellung eignet sich speziell in Konfliktgesprächen: Der Gesprächspartner baut durch das Beantworten von W-Fragen automatisch seine Anspannung ab und öffnet sich so für ein konstruktives Gespräch.

Mögliche W-Fragen:

- » Wie gefällt Ihnen unser neues Modell?
- » Wie viel würden Sie investieren?
- » Was würden Sie verbessern?
- » Wo sehen Sie Lösungsansätze?
- » Warum arbeiten Sie nicht mehr mit uns zusammen?
- » Wie verbleiben wir?

Tipp für die Praxis

- » Offene W-Fragen ermöglichen eine Diskussion und eignen sich bestens, um ein Gespräch zu eröffnen und im Fluss zu halten.
- » W-Fragen beginnen mit: wer, was, wie viel, warum, wo etc.
- » Geschlossene Fragen können in der Regel nur mit Ja oder Nein beantwortet werden.
- » Geschlossene Fragen eignen sich gut, um ein Gespräch zu beenden.

Überleitung in den Gesprächshauptteil

Ein interessanter Smalltalk kann durchaus endlos werden, wenn der Gesprächspartner euphorisch über seine Interessen erzählt und Sie feststellen, dass allmählich die Zeit davonläuft. Wie unterbrechen Sie ein Gespräch, um nicht unfreundlich zu wirken und die positive Atmosphäre nicht zu gefährden?

- » Warten Sie eine Pointe ab, um ins Gespräch einzugreifen: „Das ist sehr interessant (kurze Sprechpause), wir haben uns getroffen, um über das Projekt Phoenix zu sprechen!“

Die Gesprächsführung

Die Gesprächsführung ist der **Hauptteil** eines Gesprächs. Nachdem Ihr Gesprächspartner den Smalltalk geführt hat, ist nun die Zeit gekommen, um das Gespräch wieder zu übernehmen. Klären Sie jetzt nochmals die Rahmenbedingungen.

- » Geschlossene Frage: „Wir haben 45 Minuten für dieses Gespräch vereinbart, steht dieses Zeitfenster immer noch zur Verfügung?“
- » Geschlossene Frage: „Das Ziel dieses Gesprächs ist, dass wir die Konditionen für die Projektleitung festlegen und dies schriftlich vereinbaren, sind Sie mit diesem Ziel einverstanden?“

Es kann durchaus vorkommen, dass beispielsweise ein Smalltalk zu lange dauert und Ihnen dadurch wertvolle Zeit fehlt, um die Hauptbotschaften zu kommunizieren. Oder Sie werden kurzfristig in ein wichtiges Meeting bestellt und müssen den vorhergehenden Termin kürzen. Das kann auch Ihrem Gesprächspartner passieren, und sollte das so sein, wird seine Aufmerksamkeit dem Zeitdruck weichen.

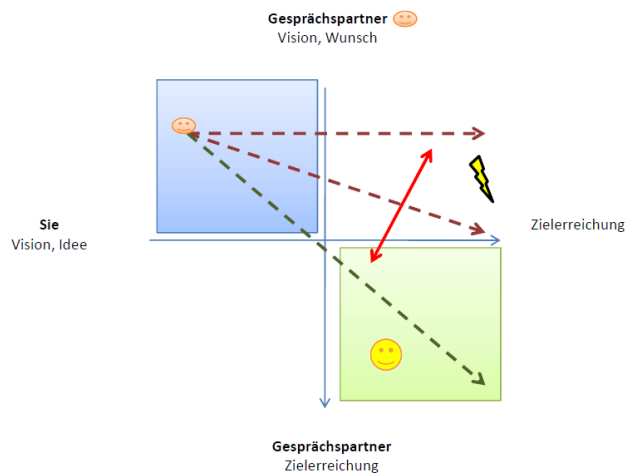
Tipp für die Praxis

- » Definieren bereits bei der Terminplanung das Zeitfenster für ein Gespräch. Alle Beteiligten können aufgrund dieses Zeitfensters ihren weiteren Tagesablauf planen.
- » Halten Sie sich unbedingt an das vereinbarte Zeitfenster!
- » Sollte das Gespräch aus einem Grund länger dauern, intervenieren Sie: „Wir hatten 45 Minuten für das Gespräch vereinbart, die Zeit vergeht wie im Flug. Ich stehe Ihnen gerne noch länger zur Verfügung. Ist das in Ordnung für Sie, oder sollen wir einen Folgetermin vereinbaren?“

Das Gesprächskreuz

Für Sie als gesprächsführende Person ist das aktive Zuhören enormer wichtig. In Entscheidungsgesprächen führen Sie den Gesprächspartner – denken Sie dabei an das Trichtersystem –, systematisch auf die Entscheidungsgrundlage hin. Der Weg dahin birgt einige Fallen! Der Gesprächspartner kann Ihnen beispielsweise nicht mehr folgen, Sie verzetteln sich in Ihren Aussagen, oder der Funke springt nicht über.

Bedenken Sie: Es ist durchaus möglich, dass Sie und Ihr Gesprächspartner/Kunde unterschiedliche Ziele verfolgen. Umso wichtiger werden Ihre Gesprächsführung und die Sicherstellung der gemeinsamen Zielerreichung.



Die Grafik zeigt einen optimalen Gesprächsverlauf. Sollten unterschiedliche Zielvorstellungen vorhanden sein, wird erfahrungsgemäss der goldene Mittelweg der richtige sein. Falsch wäre es, wenn nach dem Gespräch nur eine Partei die Ziele erreicht hat. In diesem Fall besteht eine Win-Lose-Situation, die mittelfristig automatisch zur Lose-Lose-Situation führen wird.

Das aktive Zuhören und das Formulieren offener Fragen ermöglichen eine permanente Übersicht, an welcher Position sich der Gesprächspartner im Gesprächskreuz aktuell befindet. Weicht der Gesprächspartner vom gemeinsamen Weg ab, kann durch Rückfragen interveniert und das Gespräch neu ausgerichtet werden.

Fragetechnik

Eine gute Fragetechnik kann vieles bewirken. Sie kann ein Gespräch lenken, dominieren, Interesse ausdrücken und zu Gegenfragen animieren. Wer fragt, führt. Deshalb es wichtig, sich in den Fragetechniken auszukennen.

Gute und schlechte Fragen

Mit keinem anderen Kommunikationsinstrument können Sie ein direktes Gespräch so gut führen wie mit Fragen. Aber Sie müssen wissen, wann und wo Sie welche Fragen stellen dürfen, denn ihre Wirkung kann ins Positive wie ins Negative fallen.

Wer gut fragt,

- » führt ein Gespräch in die gewünschte Richtung
- » aktiviert seinen Gesprächspartner
- » verhindert Konflikte
- » bekommt die gewünschten Antworten

Von schlechten Fragen fühlt sich der Gesprächspartner belästigt und in seiner Position geschwächt. Er liefert in der Folge unvollständige oder schlechte Antworten.



Eigenart und Problematik der Frage

Fragen können indiskret oder bedrängend wirken. Man wird aufgefordert, Stellung zu einem Thema zu nehmen, dabei würde man sich lieber gar nicht dazu äussern. Das kann im geschäftlichen wie im privaten Umfeld vorkommen.

Regeln zu Fragen

Bitte beachten Sie diese Regeln:

- » Fragen Sie nur, wenn Sie wissen, was Sie damit erreichen wollen
- » Stellen sie immer nur eine Frage. Mehrere Fragen aufs Mal belasten den Gesprächspartner unnötig
- » Fragen müssen einfach und präzise formuliert werden
- » Der Ton, in dem Sie die Frage stellen, spielt eine wichtige Rolle
- » Vermeiden Sie beim Fragen Wertungen, sie können die Antwort verfälschen
- » Bleiben Sie ruhig und sachlich – auch in hektischen Situation
- » Geben Sie Ihrem Gegenüber Zeit für die Antwort

10



Fragearten

Gute Fragen sind der Grundpfeiler der Verständigung. Sie sorgen für eine positive, konfliktvermeidende Kommunikation. Wer fragt, fordert. Gute Fragen bewirken, dass die (Auf-)Forderung nicht als negativ empfunden wird.

Die am häufigsten eingesetzten Fragearten sind:

Informationsfragen

Sie sollen kurz gehalten werden und haben das Ziel, Informationen über die Situation des Gesprächspartners in Erfahrung zu bringen. Dafür eignen sich offene oder geschlossene Fragen.

Suggestivfragen

Der Verkäufer versucht, den Befragten in seinem Sinn zu beeinflussen. Allerdings werden Suggestivfragen oft als solche erkannt und können sich negativ auf den weiteren Gesprächsverlauf auswirken.

Alternativfragen

Diese Frageart ist am wirkungsvollsten in der Phase der Zwischenentscheidungen oder beim Abschluss: Der Befragte muss sich zwischen zwei, maximal drei Möglichkeiten entscheiden. Passt ihm keine der vorgeschlagenen Alternativen, macht er oft von sich aus einen weiteren Vorschlag und signalisiert damit, dass er an der Fortsetzung der Verhandlung interessiert ist.

Gegenfragen

Der Verkäufer reagiert auf Fragen mit einer Gegenfrage. Vorteil: Er gewinnt Zeit für die passende Antwort und kann gleichzeitig wieder die Führung des Gespräches übernehmen.

Kontrollfragen

Kontrollfragen zeigen, ob in speziellen Themen Übereinstimmung herrscht, damit das weitere Gespräch positiv verlaufen kann. Sind sich die beiden Parteien einig, kann zum nächsten Thema oder zum Abschluss übergegangen werden. Wenn nicht, müssen sie Unklarheiten zuerst beseitigen.

Rhetorische Fragen

Rhetorische Fragen werden meistens in Vorträgen/Präsentationen eingesetzt, sind aber auch für das Verkaufsgespräch geeignet. Die Antwort liegt auf der Hand und wird vom Fragesteller selber gegeben.

Sich vor unangenehmen Fragen schützen

Fragen lösen Gefühle aus. Zum einen ist man geschmeichelt, weil sich das Gegenüber für einen interessiert. Zum andern kommt vielleicht auch Unbehagen auf, weil man etwas von sich preisgeben soll, das man gar nicht will.

Ein Befragter spürt unmittelbar, wenn ihm Fragen zu weit gehen, ihn bedrängen, belästigen oder seine Intimsphäre verletzen. Sein „Anstand“ verbietet ihm aber oft, sich dann zurückzuziehen und das Gespräch zu beenden. Er gibt Auskunft, und der Gesprächspartner erfährt so mehr, als der Befragte eigentlich wollte.

Schützen Sie sich vor unangenehmen Fragen, indem Sie

- » mit einer Gegenfrage antworten
- » klar machen, dass die bisherigen Aussagen genügen und den Sachverhalt abdecken
- » zu verstehen geben, dass Sie darauf nicht antworten wollen



Die Argumentation

Argumentieren bedeutet, den Gesprächspartner von einer Sache, einem Produkt oder einem Vorteil zu überzeugen. In der Praxis werden verschiedene Argumentationsmethoden angewendet. Argumente sollen immer begründet und belegt werden.

Negative Argumentation

Das Glas ist halbleer...

Die Erfahrung zeigt, dass viele Produkte mittels negativer Argumentation verkauft werden. Ein konkretes Beispiel: Wenn es ums Wohnen geht, werden fast an jeder Messe einbruchssichere Fenster präsentiert. Argumentiert wird mit der Angst: „Ohne einbruchssichere Fenster wird ein Dieb leichtes Spiel haben und Ihnen persönliche, wertvolle Sachen stehlen! Das möchten Sie doch sicher nicht!“ Damit nicht genug: Der Verkäufer legt siegessicher auch noch die Einbruchstatistik Ihrer Region vor. Auch wenn Sie diese Fenster bestellen, was mit Sicherheit ratsam ist, werden Sie das Unternehmen immer mit Angst, Einbruch und Diebstahl in Zusammenhang bringen. Möchten Sie das wirklich?

Positive Argumentation

Das Glas ist halbvoll...

Die negative Argumentation ist wesentlich einfacher als die positive. Nehmen wir das gleiche Beispiel: Wie argumentieren Sie für einbruchssichere Fenster, ohne dass es zu negativen Rückschlüssen kommt? Versuchen Sie es!

Regeln der Argumentation

Speziell im Verkauf ist rhetorisches Geschick gefragt. Beachten Sie dabei unbedingt die folgenden Regeln:

- » Stimmen Sie Ihre Argumente gezielt auf die Bedürfnisse, Erwartungen und Wünsche Ihres Kunden ab
- » Ihre Argumente müssen für den Kunden strukturiert und nachvollziehbar sein, so dass sich bei ihm ein positives Bild entwickelt
- » Verwenden Sie nicht zu viele, aber gut formulierte Argumente
- » Vermeiden Sie übertriebene oder erfundene Argumente

Je besser Sie diese Techniken beherrschen, umso professioneller können Sie mit Gegenargumenten umgehen und kontern.

In der Regel hat ein Verkäufer mehrere Argumente zur Hand. Er darf seinen Kunden aber nicht mit einer Vielzahl von Argumenten überhäufen, sondern er muss wenige, dafür schlagkräftige Argumente auswählen. Drei sollten im Normalfall genügen. Idealerweise werden sie in dieser Reihenfolge angebracht:

- » Am Anfang das zweitstärkste Argument
- » In der Mitte das schwächste Argument
- » Am Schluss das stärkste Argument

13

Merke: Argumente sprechen den Verstand an, nicht aber die Emotionen.



Der Einwand

Einwände werden oft als negativ empfunden, was eigentlich nicht richtig ist. Einwände sind auch Fragen, sie zeigen das Interesse des Gesprächspartners oder weisen darauf hin, dass Ihre Argumentation nicht überzeugend genug war. Die Art, wie Sie mit einem Einwand umgehen, basiert auf der Qualität Ihrer Vorbereitung. Eine gute Gesprächsvorbereitung schliesst mögliche Einwände und deren Behandlung mit ein.



Einwände lassen sich in zwei Gruppen unterteilen, entsprechend werden sie auch behandelt.

Echte Einwände

Echte Einwände sind meist sachlich begründet, und dagegen können Sie auch nichts einwenden. Sie können jedoch durch eine geschickte Umstellung von Argumenten versuchen, einen neuen Lösungsweg zu erarbeiten.

Unechte Einwände

Unechte Einwände sind häufig Vorwände. Der Gesprächspartner möchte vielleicht den wahren Grund einer Absage nicht zugeben. Zum Beispiel verfügt er nicht über die notwendigen Kompetenzen, oder er kann sich ein Produkt nicht leisten.

Die Einwandbehandlung

Wer gut auf ein Gespräch vorbereitet ist, wird einen Einwand sachlich und nachvollziehbar behandeln. Die richtige Einwandsbehandlung entscheidet oft über Erfolg oder Misserfolg.

Checkliste für die richtige Einwandsbehandlung:

| Verhalten | Tipp |
|------------------------------------|--|
| Ja, aber... (nie „aber“ verwenden) | Sie haben Recht...die Sachlage stimmt, jedoch... |
| Zurückstellen | Darf ich später darauf zurückkommen? |
| Wiederholen | Für dieses Problem können wir Ihnen folgende Lösung anbieten! |
| Positiv ausgleichen | Den allfälligen Nachteil reduzieren und durch Vorteile kompensieren. |
| Unterstellung | Selbst wenn wir davon ausgehen, dass dieser Fall eintritt, haben wir immer noch genügend Sicherheit! |
| Referenzieren | Solche Bedenken waren vorhanden, die Erfahrung hat gezeigt, dass die se Lösung funktioniert hat. |
| Rückfrage | Der Einwand wird als Gegenfrage zurückgegeben. |
| Vorwegnahme | Der mögliche Einwand wird bewusst vorweg in das Gespräch integriert |
| Fragetechnik | Mit Zusatzfragen evaluieren, ob es sich um einen berechtigten Einwand handelt. |

15

Der Gesprächsabschluss

Der erste Eindruck einer Präsentation, eines Gesprächs oder einer Beratung ist wegweisend. Der letzte Eindruck jedoch bleibt, und den können Sie in der Regel nicht mehr korrigieren!

Viele Gespräche bleiben unverbindlich und ohne Entscheidung. Das hat verschiedene Gründe: Im Verkaufsgespräch wird vielleicht die entscheidende Frage nicht gestellt, was eigentlich nicht nachvollziehbar ist, aber die Praxis widerspiegelt. Andere Entscheidungsgespräche deuten auf einen unbefriedigenden Abschluss hin, da ist es dann einfacher, das Thema „tot zu schweigen“.

Wer ein Gesprächsziel definiert hat, wird dies während des Gesprächs nicht aus den Augen verlieren und den Gesprächsabschluss entsprechend planen.

Gesprächsabschluss mit Niveau

- » Stellen Sie die entscheidende Frage: „Wie verbleiben wir?“
- » Geschlossene Fragen sind eine gute Möglichkeit, ein Gespräch zu beenden.
- » „Benötigen Sie mehr Hintergrundinformationen?“
- » „Darf ich in den nächsten Tagen bei Ihnen nachfassen?“
- » „Können Sie sich eine Zusammenarbeit mit uns vorstellen?“

Verabschiedung

Gespräche verlaufen nicht immer so, wie sie geplant waren. Enden Gespräche in Unmut oder sogar im Streit, sollte die Verabschiedung dennoch freundlich und respektvoll sein. Lassen Sie auf alle Fälle die Türen für weitere Verhandlungen offen!

16



Die Gesprächs-Nachbearbeitung

Der Vollständigkeit halber noch ein paar Bemerkungen zur Gesprächs-Nachbearbeitung: Um die Verbindlichkeiten aus einem Gespräch, einer Verhandlung oder einer Beratung noch besser zu fixieren, erstellen Sie nach dem Gespräch ein Beschlussprotokoll. Ein Beschlussprotokoll hält nur Entscheidungen und Pendenzen fest. Sätze werden kurz und prägnant formuliert, damit Aufträge klar sind und keine Missverständnisse entstehen.

Nach einem Verkaufsgespräch hingegen wird in der Regel kein Beschlussprotokoll verschickt, sondern ein Kontaktrapport ausgefüllt. Fassen Sie nach einigen Tagen persönlich nach! Viele Geschäfte gehen nämlich verloren, weil niemand nachgefasst und allfällige Einwände behandelt hat.