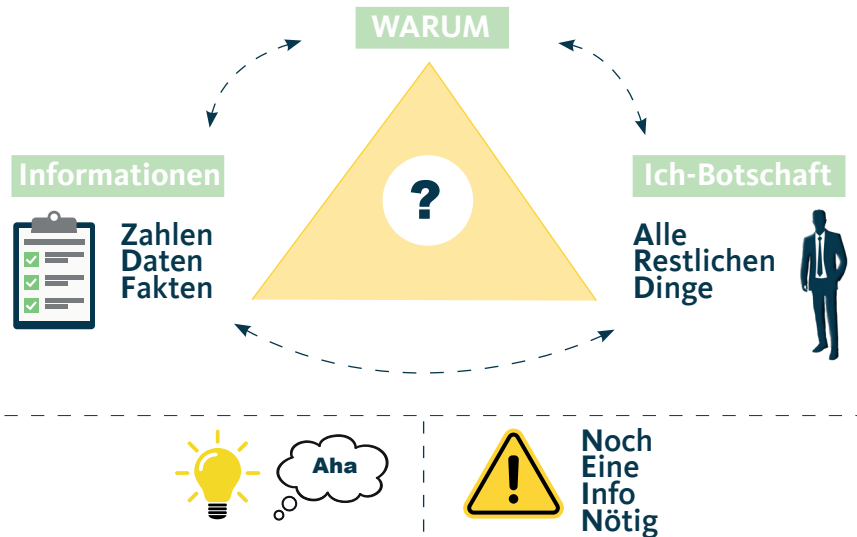


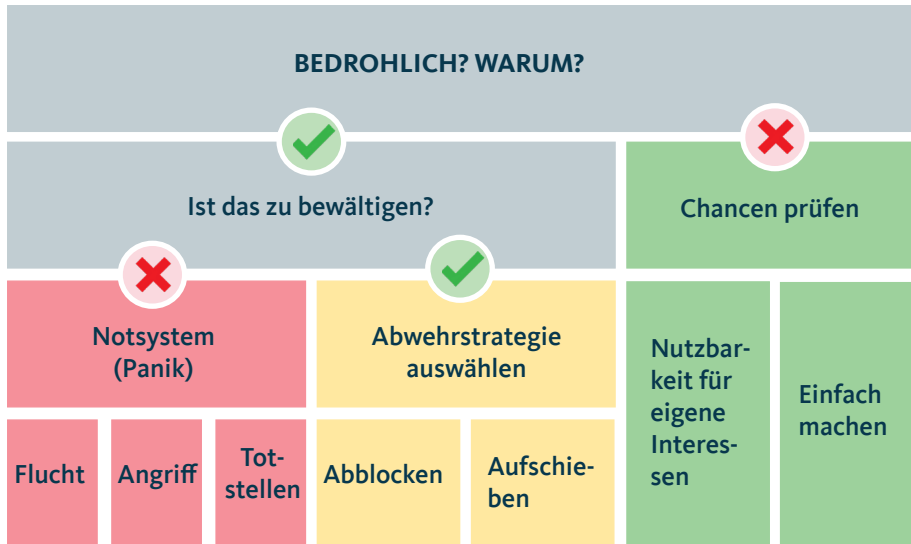
WARUM-Dreieck – ein rhetorisches Hilfsmittel (I)



1. In einem Beratungsgespräch brauchen Kunden Orientierung. Zu viele und bekannte Informationen sind nicht hilfreich.
2. Als Interessewecker braucht es gute Argumente und zeitgemäße Gesprächseinstiege, wie „warum ich Sie darauf anspreche...“, „die Idee dahinter ist...“, „konkret geht es um...“ - sodass unausgesprochene Fragen des Kunden wie „was bringt mir das?“ „Was habe ich davon?“ beantwortet werden.
3. Abhilfe schafft das WARUM-Dreieck. Denn: Wird dem Kunden das WARUM Ihres Beratungsgesprächs erklärt – d. h. konkrete Informationen übermittelt –, stärkt es nicht nur Ihre Position im Beratungsgespräch, sondern erhöht auch die Aufmerksamkeit des Kunden. Im besten Fall führt dies bei ihm zu einem „Aha-Effekt“, im schlimmsten Fall benötigt er mehr Informationen.

Quelle: Umsatzbrennerei.de (Eigene Darstellung)

WARUM-Dreieck – ein rhetorisches Hilfsmittel (II)



1. Ist das WARUM klar herausgefiltert, verschwindet auch die Angst vor einer ablehnenden Haltung des Kunden. Denn wenn der Kunde weiß, warum Sie Ihr Beratungsgespräch führen, nehmen Sie dem Kunden eine mögliche „Bedrohungssituation“.
2. Je besser sich Ihr Kunde abgeholt fühlt, desto größer ist seine Aufmerksamkeit. Versteht Ihr Kunde nicht, worum es geht, besteht die Gefahr, dass dieser in eine Abwehrhaltung übergeht oder in Panik verfällt, da er sich unter Druck gesetzt fühlt.
3. **FAZIT:** Beginnen Sie in Ihrem Beratungsgespräch bewusst mit dem WARUM. Nennen Sie dem Kunden konkrete Gründe, wieso er in diesem Beratungsgespräch einen Mehrwert erhält und formulieren Sie verständlich / „kundisch“ statt in Fachchinesisch.

Quelle: Umsatzbrennerei.de (Eigene Darstellung)