

KOMMUNIKATION





KOMMUNIKATIONSMODELLE

1. Vier-Seiten-Modell von Schulz von Thun

- Sachebene – Sachohr
- Selbstoffenbarung – Selbstoffenbarungsohr
- Beziehungsebene – Beziehungsohr
- Apell - Apellohr

KOMMUNIKATIONSMODELLE

1. Vier-Seiten-Modell von Schulz von Thun



KOMMUNIKATIONSMODELLE

2. Modell nach Grice

- Maxime der Quantität
- Maxime der Relevanz
- Maxime der Qualität
- Maxime der Klarheit

KOMMUNIKATIONSMODELLE

3. Modell nach Watzlawick

- „Man kann nicht nicht kommunizieren“
- jede Kommunikation hat einen
- Inhalts- und einen Beziehungsaspekt
- Das WAS und WIE einer Botschaft darf nicht im Widerspruch stehen.

NONVERBALE KOMMUNIKATION

- Über Körpersprache und Objekte
- Sie erfolgt unbewusst und spontan
- Bezieht sich auf Personen und Dinge die anwesend sind
- Körpersprache: Gestik, Mimik, Blickkontakt, Berührungen, Gerüche, Nutzung des Raumes

NONVERBALE KOMMUNIKATION

„Mit der Wortsprache
kann man lügen,
aber die Körpersprache
kann verraten.“

FRAGETECHNIK UND AKTIVES ZUHÖREN

„Die richtige Lösung für das falsche
Problem ist schlimmer als die falsche
Lösung für das richtige Problem“

(Scherer, 2012)

FRAGETECHNIK

Fragetechnik

- Offene Fragen – die W-Fragen
- Geschlossene Fragen – provozieren
Ja/Nein Entscheidung
- Alternativfragen
- Suggestiv-Fragen
- Gegenfragen
- Rhetorische Fragen

FRAGETECHNIK

Fragetypen

1. Situations-/Informationsfragen
2. Verständnisfragen
3. Kontroll- bzw. Bestätigungsfragen

FRAGETECHNIK

Fragestellung

- ① Einfach und klar verständlich
- ① Nur eine Frage
- ① Zeit zum Nachdenken und Antworten lassen
- ① Frage mit kurzer Einleitung

AKTIVES ZUHÖREN

„Am besten überzeugt man andere mit den Ohren –
indem man ihnen zuhört“

(Dean Rusk)

- Feedback geben durch
Körpersprache oder kurze
Äußerungen
- Vermeide es, dem Brautpaar ins
Wort zu fallen

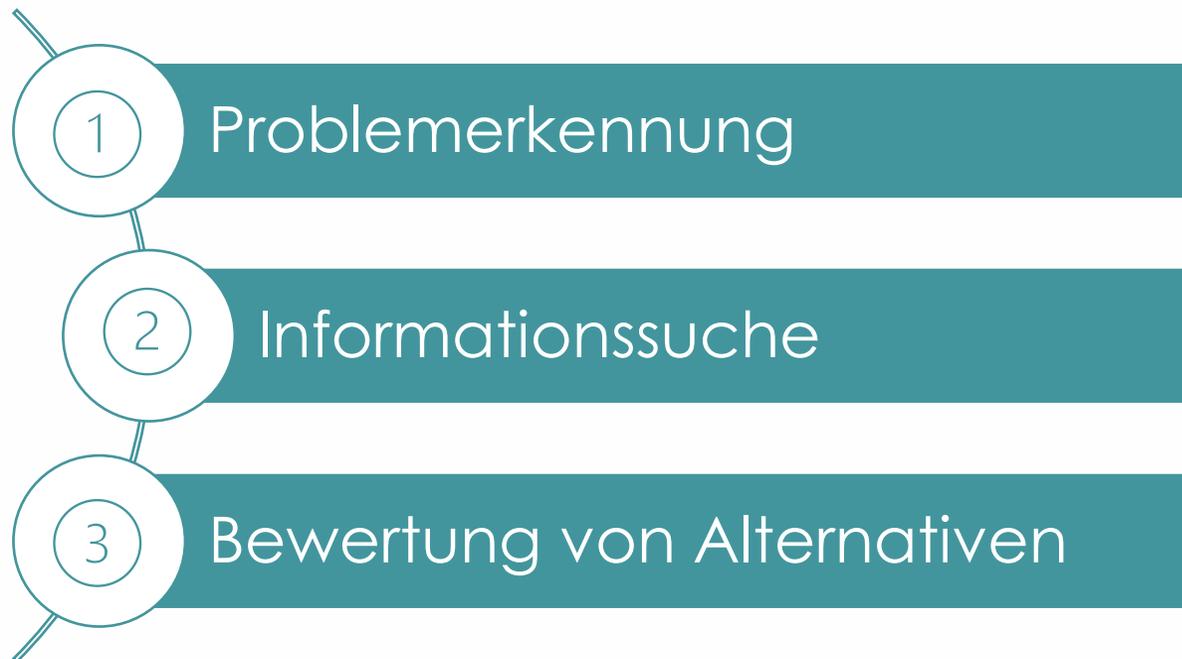
KUNDENGEWINNUNG – DER KAUFPROZESS

Fünf Rollen im Kaufprozess:

- ① Initiator
- ② Einflussnehmer
- ③ Entscheidungsträger
- ④ Käufer
- ⑤ Benutzer

KUNDENGEWINNUNG – DER KAUFPROZESS

Phasen des Kaufprozesses



KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

- ① Die Vorbereitung
 - Überlege dir den Nutzen für das Brautpaar dich zu buchen
 - Bereite etwaige Unterlagen vor
 - Achte auf ein angenehmes Erscheinungsbild
 - Informiere dich vorab über das Brautpaar

KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

- ① Die Vorbereitung
 - Lege dir eine Gesprächsstrategie zurecht
 - Spiele im Vorfeld alle Situationen durch – bereite Antworten vor
 - Setze dich mit Zeit- und Routenplanung auseinander

KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

- ② Die Begrüßung
 - Handschlag: bewusst, 3 Sekunden, Blickkontakt

 - Nenne das Paar beim Namen

 - Sorge für eine angenehme Gesprächsatmosphäre & einen positiven Ersteindruck

KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

③ Gesprächseinstieg

- Beginne mit Smalltalk
- Kurzvorstellung von dir und deinem Unternehmen
- Nutzen für das Brautpaar aufzeigen
- Vertrauen aufbauen

KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

- ④ Bedarfsanalyse
 - Bedarfserhebung durch richtige Fragestellung
 - Noch wichtiger >> zuhören!
 - Sei aufmerksam und bewerte nicht
 - Am Ende Zusammenfassung wiedergeben

KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

- ⑤ Präsentationsphase
 - Lebendige und kurzweilige Vorstellung deiner Leistung
 - Denke an deinen USP
 - Strahle deine Begeisterung für deinen Beruf aus
 - Formuliere Verkaufsargumente so, dass sie den Nutzen erkennen
 - Bediene dich einer bildhaften Sprache

KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

- ⑥ Einwandbehandlung
 - Höre dir die Einwände an und hinterfrage
 - Erkläre geduldig
 - Gib dem Paar das Gefühl von Verständnis
 - Versorge sie mit weiteren Infos, z.B. erzähle von vergangenen Hochzeiten oder zufriedenen Kunden

KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

- ⑦ Preisverhandlung
 - Mit Preisnachlässe an Glaubwürdigkeit verlieren

 - Überlege dir evtl. Alternativen

KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

- ⑧ Kaufbereitschaft herbeiführen
 - Zusammenfassung am Ende des Gespräches
 - Fragen nach entscheidungsrelevanten Punkten
 - Frage nach Kaufentscheidung stellen

KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

- ⑨ Kaufabschluss
 - Bei Entscheidung –
Vertragsunterzeichnung vor Ort

 - Bei Bedenkzeit – Verständnis
zeigen und für Rückfragen zur
Verfügung stehen

KUNDENGEWINNUNG – DAS ERSTGESPRÄCH

- ⑩ Verabschiedung
 - Versichere, dass die richtige Entscheidung getroffen wurde
 - Bedanke dich für das Vertrauen
 - Führe zum Ausklang noch einmal Smalltalk