

Die Zauberfrage

**Damit Kunden verstehen, was ihnen
deine Unterstützung ermöglicht!**

Ideenbar für Menschen, die Menschen bewegen

Mag.^a Sylvia Fullmann

Wien, April 2021



Die Zauberfrage

Damit Kunden verstehen, was ihnen deine Unterstützung ermöglicht!

Wenn wir mit Menschen arbeiten, fragen wir uns öfter, warum sich nur so wenige Kunden* oder Klienten* zu uns kommen. Warum sie zögern und zaudern, sie nicht mehr melden oder um Preise diskutieren. Meist ist die Antwort einfacher, als wir denken.

Neue Kunden* oder Klienten verstehen nicht, dass genau deine Unterstützung ihnen ermöglichen könnte, was sie so gerne erleben oder erreichen wollen.

Damit deine zukünftigen Kunden* oder Klienten* das verstehen können, brauchen sie eine Übersetzung: Eine Brücke, eine Verbindung zwischen dem, was dir wichtig ist, und was zukünftigen Kunden wollen.

Der rascheste Weg, eine Brücke von dir zu neuen Kunden* zu bauen

Der Weg ist ganz einfach, er besteht in einer Frage, die du dir immer wieder stellst. So lange bis deine Aussagen, deine Ideen mit der Welt des Kunden verbunden sind.

Die Frage lautet „so what“, oder auf gut österreichisch „ja und - was bedeutet das für Kunden*?“

Beispiel Positive Psychologie

Unlängst bei einem Abend-Workshop ging es darum, wie wir positive Psychologie auch Führungskräften und Unternehmern erklären können. In unserem Beispiel wollten wir dem Gründer eines IT-Unternehmens mit 25 Mitarbeitern verständlich machen, was Positive Psychologie seinem Unternehmen bringen könnte.

Positiven Psychologie ist ziemlich abstrakt, daher können sich die meisten Menschen nicht sofort etwas darunter vorstellen. Deshalb machten wir uns an die Übersetzung und fragten „so what“.

Die erste Antwort lautete: es gibt ein besseres Klima in Team. Das ist schon einmal um einiges besser. Meist braucht es mehrere Schritte, um wirklich am Erleben der Kunden anzuknüpfen. Deshalb wiederholten wir einfach „so what“ noch mehrere Male.

- **Es gibt ein besseres Klima in Team – „So what?“**
- Die Teammitglieder richten ihre Aufmerksamkeit auf das, was sie geschafft haben – „So what?“
- Sie freuen sich gemeinsam, es gibt weniger Streit oder Missverständnisse – „So what?“
- Die Mitarbeiter reden miteinander und es wird mehr gelobt. „So what?“

Der Trick ist, bleibe immer bei den Kunden* oder Klienten*. Beschreibe, was er oder sie bei/nach/durch unsere Sitzung/Coaching/Beratung/Projekt/Seminar erlebt. Wie das den Alltag, das Leben verändert. Was diese Person erlebt, fühlt, denkt. Wie es ihre Herzenswünsche berührt.

So jetzt kannst du es sofort ausprobieren



Die Zauberfrage

Arbeitsblatt

„So what“ (ja und) unterstützt dich deine Aussagen mit der Welt der Kunden zu verbinden.

Beschreibe möglichst klar und konkret, was Kunden erleben. Warum es für sie wichtig ist.

Beschreibe zuerst worum es geht, was sagen willst:

Was:

z.B. was bringt „Positive Psychologie“ / Shiatsu / Systemisches Coaching / Demenz-Begleitung / Nein-Sagen ...
oder nimm als Ausgangspunkt eine Aussage, ein Argument, eine Überschrift, eine Textstelle, ein Seminar, ein Angebot ...

Beschreibe die konkrete Situation:

Beschreibe kurz die Situation, in der sich dein Gesprächspartner* / Leser* / zukünftige Kunde oder Klientin befindet.

Wem:

z.B. Gründer eines IT Unternehmens mit 25 Mitarbeitern, in den Projektteams gibt es häufig Missverständnisse, Streit und schlechte Zusammenarbeit.

So what?

„So what?“ – „Und was bedeutet das für Gesprächspartner*, Leser*, neue Kunden* oder Klienten*?“

„So what?“ – „Und was bedeutet das für Gesprächspartner*, Leser*, neue Kunden* oder Klienten*?“

Wiederhole „So what“ solange bis du ganz in der Welt der Kunden* bist.



„So what?“ – „Und was bedeutet das für Gesprächspartner*, Leser*, neue Kunden* oder Klienten*?“

„So what?“ – „Und was bedeutet das für Gesprächspartner*, Leser*, neue Kunden* oder Klienten*?“

„So what?“ – „Und was bedeutet das für Kunden* oder Klienten*?“

„So what?“ – „Und was bedeutet das für Kunden* oder Klienten*?“

„So what?“ – „Und was bedeutet das für Kunden* oder Klienten*?“

„So what?“ – „Und was bedeutet das für Kunden* oder Klienten*?“

„So what?“ – „Und was bedeutet das für Kunden* oder Klienten*?“



Die Zauberfrage

Praxistipps

So kannst du es dir einfacher machen

Probier' es zuerst mit einer konkreten Erfahrung, die du mit einem Kunden gemacht hast. Erinnerung dich, wie es deinem Kunden* oder Klienten* vor eurer Zusammenarbeit gegangen ist. Was sich durch deine Unterstützung geändert hat.

Wenn du noch keinen Kunden in einer ähnlichen Situation betreut hast, dann stell dir einfach einen Kunden oder eine Klientin in deiner Fantasie vor. Gib ihm einen Namen. Beschreibe die Situation, in der sie sich befindet. Lass deiner Fantasie ruhig freien Lauf. Je detaillierter die Vorstellung ist, umso leichter wird es für dich konkrete Antworten zu finden.

Überlege dir vorher, welche Probleme dieser Kunde oder diese Klientin hat. Was er immer wieder erlebt. Was sie nervt, ärgert, quält oder nicht schlafen lässt. Was nicht (mehr) möglich ist.

Oft ist es einfacher, diese Übung mit einem Partner oder einer Partnerin zu tun. Suche möglichst jemand, der nicht aus deiner Branche ist und sich deshalb leichter in einen Kunden hineinversetzen kann.

Wann ist es sinnvoll die Zauberfrage zu verwenden?

Die Zauberfrage kannst du immer dann einsetzen, wenn du dich auf ein Gespräch mit Kunden*, Interessenten* oder Multiplikatoren* vorbereitest. Oder wenn du einen Text schreiben willst, den bestehende oder zukünftige Kunden* oder Klienten* lesen werden.

Ich verwende die Zauberfrage gerne bevor ich einen Text schreibe oder wenn ich bei einem Absatz spüre, dass noch nicht wirklich klar ist. Oder das Gefühl habe, dass mehr möglich ist. Dann lese ich einfach diese Textpassage nochmals durch und frage mich „So what“?

Mit meinen Kunden* verwende ich die Zauberfrage fast täglich. Mit ein bisschen Übung, gelingt es dabei fast allen meinen Kunden* die Aussagen klarer und konkreter zu machen.