

Bedarfsermittlung

| Schritt | Fragen | Wirkung | Ziel |
|---------|--------|--|---|
| 1 | | Der Verkäufer informiert sich zunächst über die aktuelle Situation beim Kunden. | HABEN - Faire Gesprächseröffnung, Einbeziehung ggfs. schweigsamer Gesprächspartner, Erzeugung einer vertrauensvollen Atmosphäre. |
| 1+ | | Der Verkäufer erzeugt ein positives Gesprächsumfeld, in dem er sich zunächst umfassend über die Dinge informiert, die der Kunde gut findet. | Der Kunde gibt hiermit Auskunft über alle Businessfelder, in denen auf Grund seines persönlichen Wertefühls seine Bereitschaft zur Veränderung eher gering ist. |
| 1- | | Der Verkäufer gibt nun dem Gesprächspartner die Gelegenheit, auch die Dinge anzusprechen, die er (vielleicht eher) "nicht so gut findet". | Der Kunde gibt an dieser Stelle die Optionen zur Veränderung an. Sein Wertefühl für die Beibehaltung des aktuellen Zustandes ist eher gering ausgeprägt. |
| 2 | | Der Verkäufer trägt hier zur Bedarfsfeststellung bzw. Bedarfsweckung bei. | HABEN WOLLEN - Der Kunde formuliert seine Visionen und Wünsche für die Zukunft. |
| MEDDIC | | Der Verkäufer stellt die strategisch wichtigen MEDDIC-Fragen zur Projekt-Absicherung. | Der Kunde erweitert seinen Blick auf die politisch wichtigen Informationen und auf die Mitglieder des "Inner Circle". |
| 3 | | Der Verkäufer beendet im Konsens mit dem Kunden die Phase "Bedarfsermittlung" und damit auch im Wesentlichen die "Fragestunde" vor der nächsten Phase im Verkaufsprozess. Habe ich Sie richtig verstanden? | BEDARF - Der Kunde erfährt die konstruktive Führung und Konsensherstellung durch den Verkäufer als wichtiges positives Element. |