

Kommunikationsprofil

am 25. Februar 2011

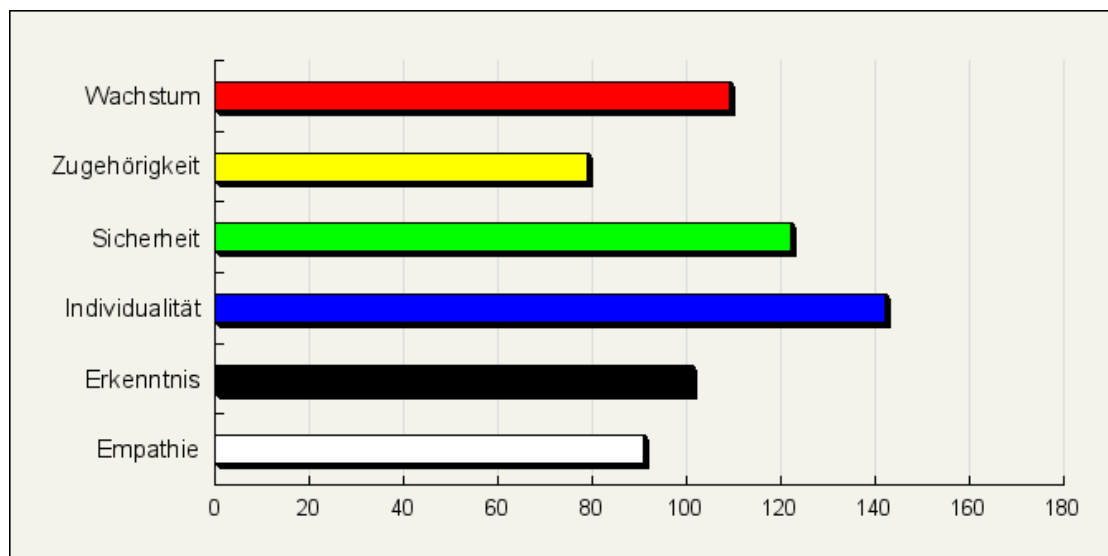
Christian Gans

Persönlichkeitstyp: KRITIKER

typische Merkmale:

Ziele / Motive	Individualität, Besonderheit
Befürchtungen	Vereinnahmt werden, Fehler machen
Entscheidungsverhalten	orientiert am Selbstwert
Erwartungen an Dritte	Anerkennung, Bewunderung
Kommunikation	distanziert, sachlich

Bedürfnis-Prioritäten:



Wachstum: Durchsetzung, Abenteuer

Sicherheit: Bewahrung, Kontrolle

Erkenntnis: Struktur, Logik, Wissen

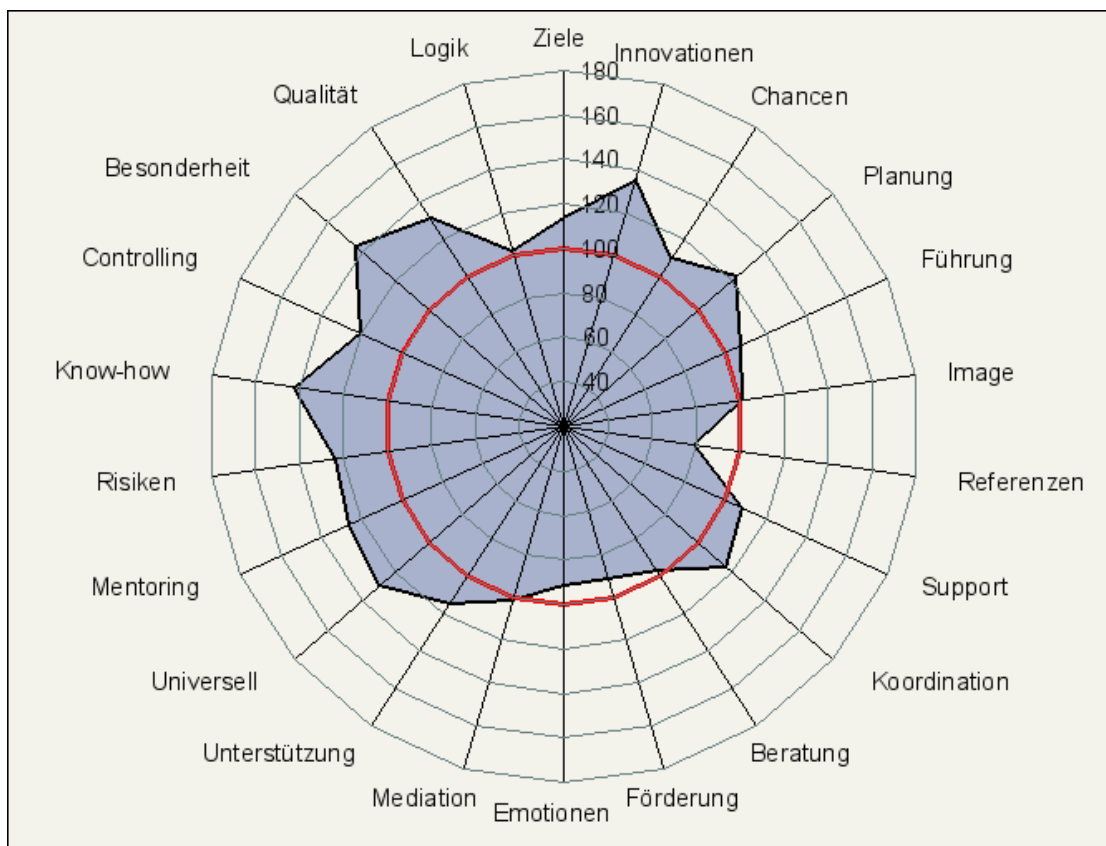
Zugehörigkeit: Anpassung, Integration

Individualität: Besonderheit, Genauigkeit

Empathie: Emotion, Harmonie, Frieden

Verhandlungsführung:

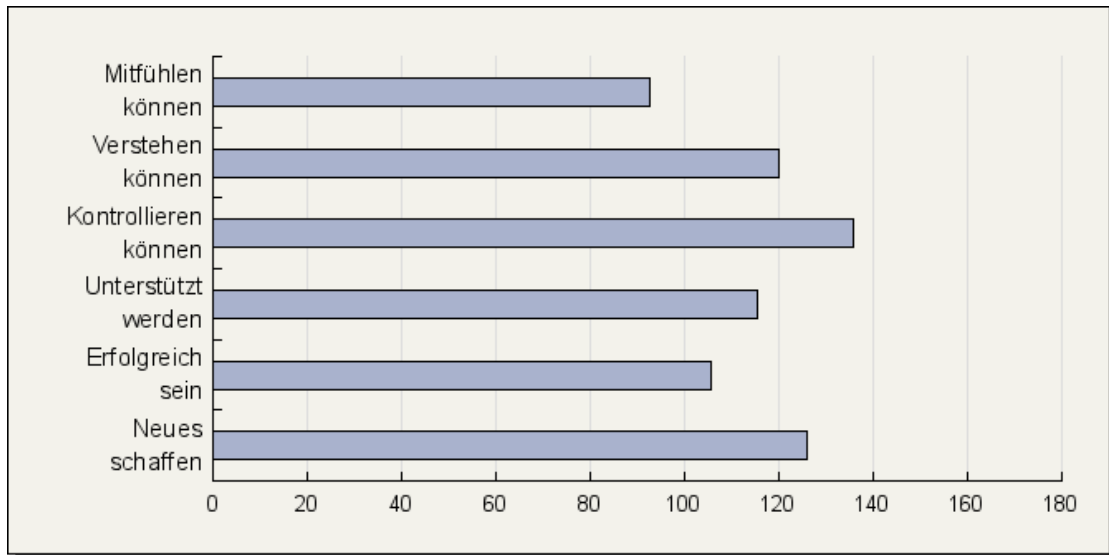
Gesprächsstimmung	ruhig und sach-interessiert
Verhandlungsinhalte	Es gilt Ziele zu erreichen, die mit den Motiven des Gesprächspartners im Einklang sind, zum Beispiel: Qualität, Besonderheiten
Gesprächsphasen	Kontakt: sachlich, zurückhaltend Information: Vorhaben, Bedeutungen (Werte) Analyse: Entlastung und Unterstützung Motivation: Einzigartigkeit Belege: Dokumentation, Spezial-Information Abschluss: Alternativ-Vorschläge
Rollenverhalten	Persönlicher Informant



Diese Grafik zeigt, welche Aspekte für Ihren Gesprächspartner eine große Bedeutung (>120) haben und welche eher negativ besetzt sind (< 80). Ausprägungen um 100 werden meistens als neutral empfunden.

Persönliche Ziele des Gesprächspartners

Die besten Vereinbarungen berücksichtigen die sachlichen und die persönlichen Ziele beider Seiten.



Die oben stehende Grafik zeigt, welche persönlichen Ziele Ihr Gesprächspartner mehr oder weniger bewusst in die Verhandlungen mit einbringt.

Mitfühlen können

Verstehen können

Kontrollieren können

Unterstützt werden

Erfolgreich sein

Neues schaffen

die Emotionen der Betroffenen berücksichtigen
 ein intellektuelles Verständnis als Handlungsbasis
 sicher sein, dass man die Dinge im Griff behält
 mit Ihrem Angebot besser zurecht kommen
 mit Ihrer Hilfe an die Spitze kommen
 etwas Einzigartiges erreichen oder darstellen

Ihr Gesprächspartner möchte

- herausragender
- auf besondere Weise
- besser als andere
- über fachliche Assistenz verfügend

seine Ziele erreichen.

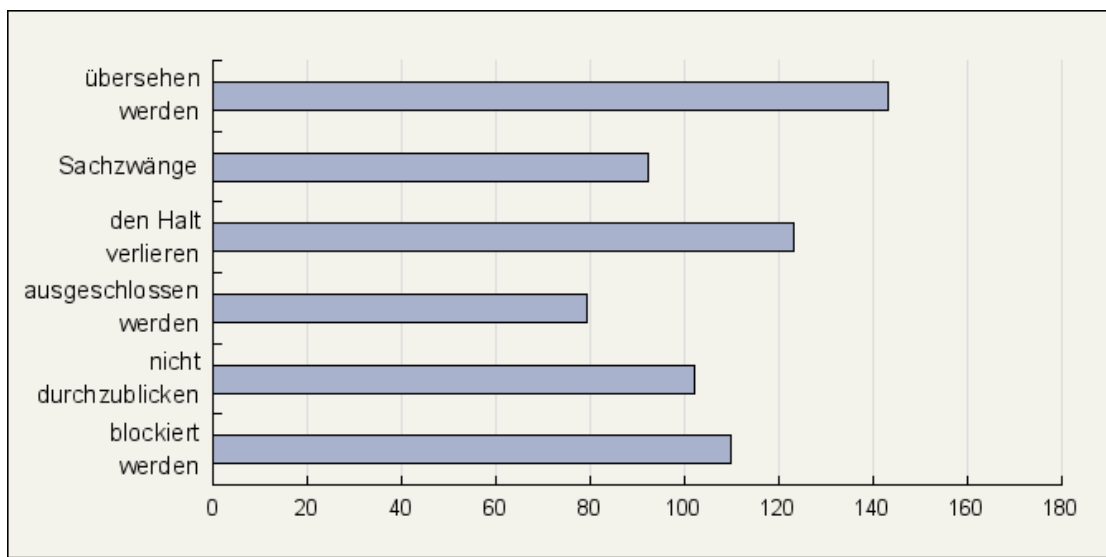
Befürchtungen

Folgende "Gefahren" wollen Menschen dieses Persönlichkeitstyps vermeiden:

- Fehler aller Art
- Beziehungsprobleme
- vereinnahmt werden
- übergangen werden

Speziell für Ihren Gesprächspartner sollten Sie berücksichtigen, was er zu vermeiden sucht:

Vermeidungs-Wünsche



Befürchtung

- übersehen werden**
- Sachzwänge**
- den Halt verlieren**
- ausgeschlossen werden**
- nicht durchzublicken**
- blockiert werden**

Reaktion

- ihn persönlich einbeziehen
- zeigen Sie Lösungen auf (keine Kausal-Argumente!)
- nur langsame und sichere Veränderungen
- seine Integration gewährleisten
- die Strukturen klar aufzeichnen
- seine Entwicklungs- und Entscheidungsfreiheit würdigen

Kommunikation

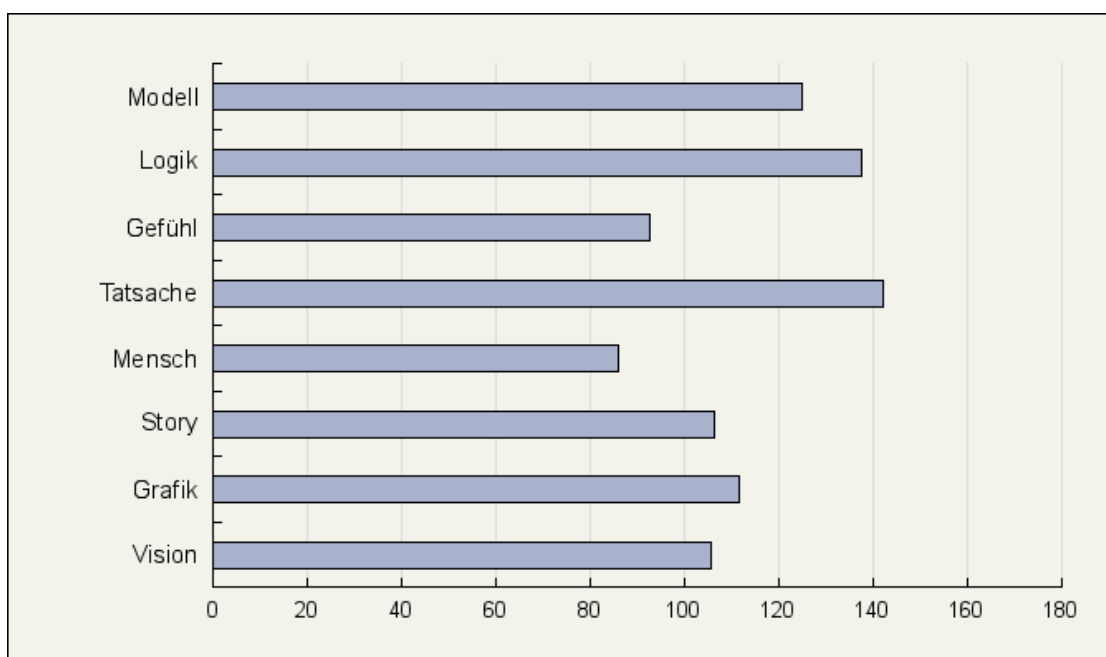
Grundsätzlich kommunizieren Menschen dieses Typs

- **sachlich und konfliktbereit**
- **rationalisierend, distanziert**
- **orientiert an Besonderheiten**

Gesprächsvorbereitung

Diese Grafik zeigt, wie Sie Ihre Anliegen sinnvoll kommunizieren können (die Präsentationsarten mit den zwei/drei höchsten Werten).

Angebots-Präsentation



Modell	etwas begreifen, anfassen können – probieren lassen
Logik	Hintergründe und Zusammenhänge logisch, intellektuell darstellen
Gefühl	Emotionen ansprechen, nachempfinden lassen (ruhig wirken lassen!)
Tatsache	mit Fakten, Zahlen, tabellarischen Darstellungen, etc. argumentieren
Mensch	die Bedeutung für andere Menschen herausarbeiten
Story	Inhalte mit Geschichten oder Anekdoten verdeutlichen
Grafik	grafisch (zeichnerisch) Wege und Grenzen sinnbildlich darstellen
Vision	Bilder, Szenen zeigen, um Ideen und Visionen zu wecken

Persönlichkeitsorientierte Gesprächsführung

Phase 1: Kontakt herstellen

Es geht darum, die Aufmerksamkeit des Gesprächspartners zu gewinnen. Er soll einerseits hinreichend Zeit für Ihre Thematik einräumen (Interesse wecken) und andererseits beginnen, Ihnen zu vertrauen.

Begrüßung:

sachlich, ruhig,
selbstsicher

Aufmerksamkeit:

Aussicht auf etwas Besonderes

Interesse wecken:

individuelle, exklusive Lösungen

Vertrauen schaffen:

zuhören
ihm persönlich die Zeit widmen

Phase 2: Informationen sammeln

Für einen sinnvollen Gesprächsverlauf ist es wichtig, die konkrete Situation und die wichtigsten Ziele des Partners genau zu kennen. Je besser Sie wissen, worauf es ihm ankommt, desto leichter wird es Ihnen fallen, die Darstellung Ihrer Angebote so anzupassen, dass sich ein stimmiges Bild ergibt.

Wichtige Entscheidungskriterien Ihres Gesprächspartners könnten sein:

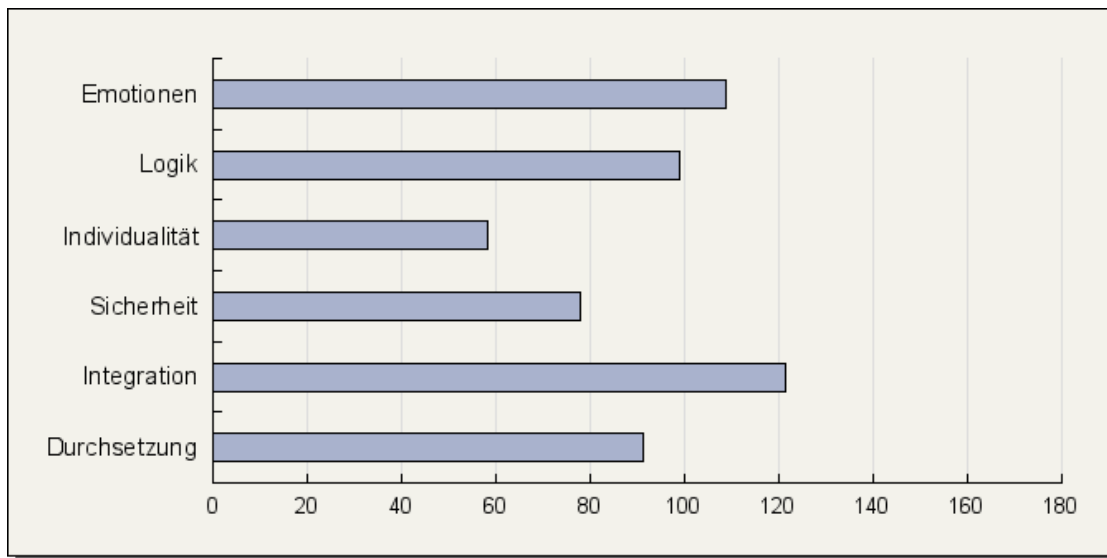
aktuelle Situation, Bedeutung für ihn persönlich
Standpunkte
Verbesserungsvorhaben

persönliche Vorhaben und Ideen
fehlende Kontakte / Beziehungen
fehlende Fähigkeiten

Phase 3: Analyse

Typische Unterstützungsmöglichkeiten ergeben sich daraus, das es Bereiche gibt, in denen Ihr Gesprächspartner nicht so stark ist. Genau da können Angebote sinnvoll ansetzen.

Unterstützungsmöglichkeiten



Anhaltspunkte für offene Probleme oder Verbesserungsmöglichkeiten könnten die oben dargestellten Themen sein (bei Werten unter 100).

Analyse

mögliche Probleme

Emotionen

Beziehungsmanagement, Befindlichkeiten der Betroffenen

Logik

Strukturen, logische Abläufe, kausale Zusammenhänge

Individualität

Rollenverhalten Ihres Gesprächspartners

Sicherheit

Risiko-Management, Kontinuität, Regeln, Vereinbarungen

Anpassung

Integration, Zusammenarbeit

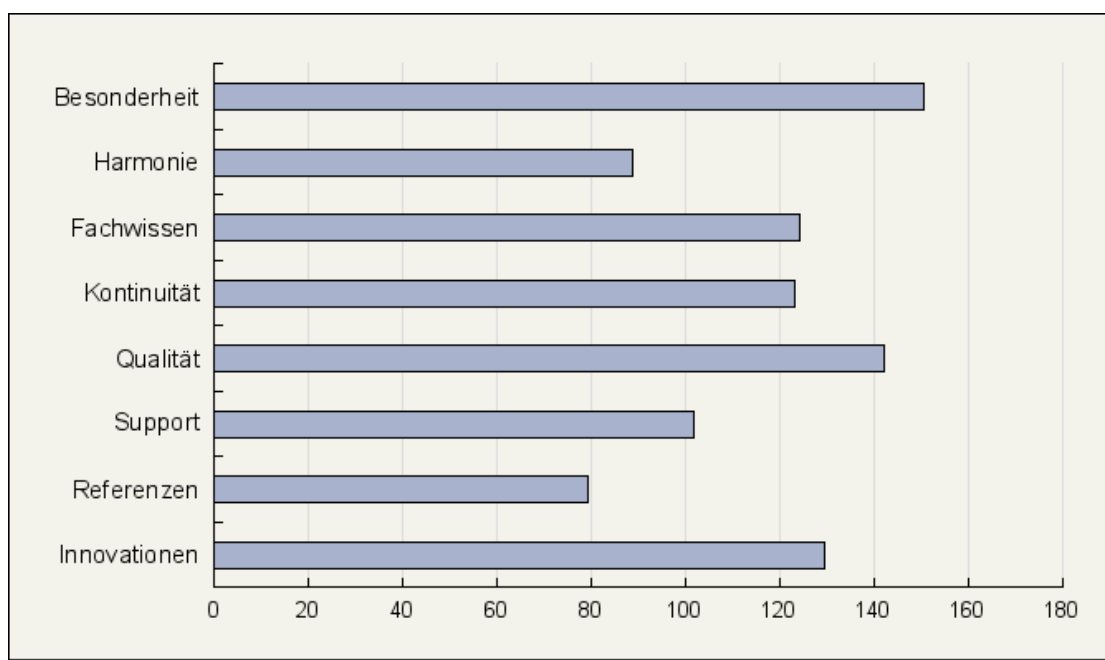
Durchsetzung

Innovation und Veränderungsmanagement

Phase 4: Motivation

Ob Argumente motivieren oder verwirren, ist eine Frage der Persönlichkeit. Konzentrieren Sie sich auf die drei Bereiche, die hier den höchsten Wert haben.

Wichtige Argumente



Argument

Bedeutung für den Gesprächspartner

Besonderheit

Es geht um seine persönliche Anerkennung

Harmonie

Sie bieten etwas, das auch von seinem Umfeld akzeptiert wird

Fachwissen

Know-how, Intelligenz und fachlicher Hintergrund überzeugen

Kontinuität

Zuverlässigkeit, Erfahrung, Loyalität und Stabilität sind wichtig

Qualität

Er will Fehler und Schwächen vermeiden

Support

Ihr Angebot sollte seinem Umfeld helfen

Referenzen

Ihr Kunde identifiziert sich mit „wichtigen“ Leuten

Innovationen

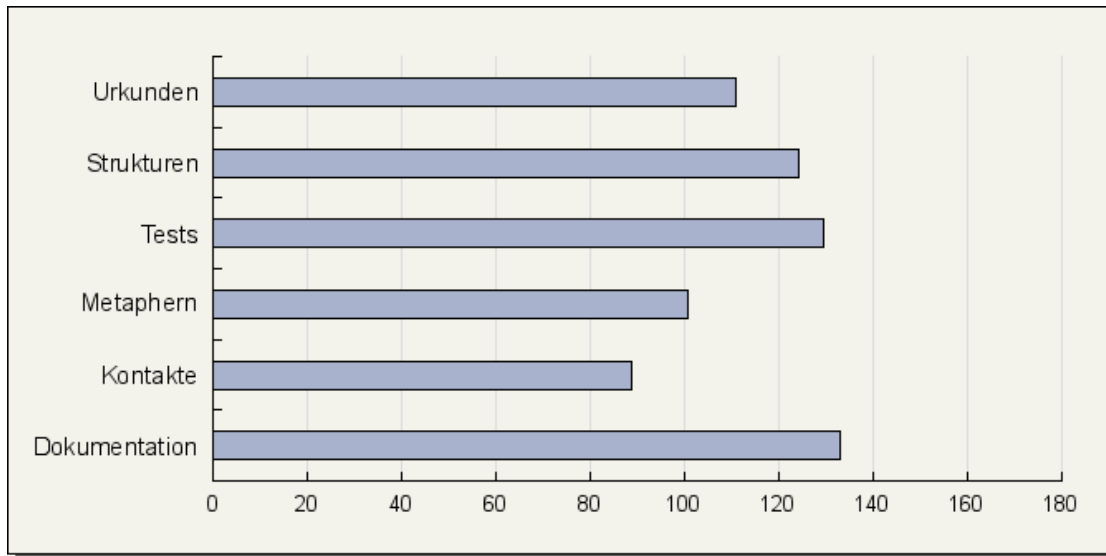
Er will der Erste sein bei Neuentwicklungen

Machen Sie deutlich, weshalb Ihr Angebot dem Kunden hilft. Nutzen Sie seine Einwände als Hinweis auf das, was ihm wichtig ist.

Phase 5: Belege

In dieser Phase überzeugen Sie durch Belege von der Richtigkeit Ihrer Argumente. Es hängt von der Persönlichkeit, was jemand als „Beweis“ akzeptiert:

Belege für die Stimmigkeit



Belege

Beispiele

Urkunden

Schriftliche Vereinbarungen, Garantien
Wissenschaftliche Veröffentlichungen

Strukturen

Bilder, Zeichnungen
Ablaufpläne

Tests

Modelle, Prototypen (alles zum Anfassen)
Test-Stellungen, Probefahrten

Metaphern

Beispiel-Lösungen, Geschichten
Lebendige Beschreibung der zukünftigen Strukturen

Kontakte

Persönliche Beziehung zum Gesprächspartner
Kontakt zu andere Kunden persönlich herstellen

Dokumentation

Detaillierte Produkt- und Leistungsbeschreibung
Hintergrund- und Spezialinformationen
Pflichtenhefte, Testberichte, etc.

Phase 6: Abschluss

Zurren Sie die Vereinbarungen fest und sorgen Sie dafür, dass beide Parteien auch in Zukunft Ihren Nutzen daraus ziehen können. Beachten Sie:

Der „Kritiker“ entscheidet selbst (nicht bevormunden)

Sorgen Sie rechtzeitig für genügend Anreize

Nachbetreuung

Die Beziehung zu diesem Gesprächspartner pflegen Sie durch

die Kommunikation von Neuigkeiten und „Insider-Informationen“

Konzentrieren Sie sich in der Kundenbetreuung auf die beiden Aspekte, die Ihrem Gesprächspartner am wichtigsten sind (siehe Grafik „Bedürfnis-Prioritäten“ auf der ersten Seite).

Wachstum:	jeweils kurze Information über Neuerungen und Ideen
Sicherheit:	kontinuierliche Infos über Test-Ergebnisse, Gutachten, etc.
Erkenntnis:	schriftliche Informationen über Daten, Fakten, Hintergründe
Zugehörigkeit:	persönliche Kontakte pflegen (Kundentreffs, User-Groups, etc.)
Individualität:	individuelle Informationen über Besonderheiten und Qualität
Empathie:	pflegen Sie durch Anrufe oder Besuche eine offene Atmosphäre