ZUKUNFT LEHREN

Aus der Reihe "Quickstep in die Zukunft"

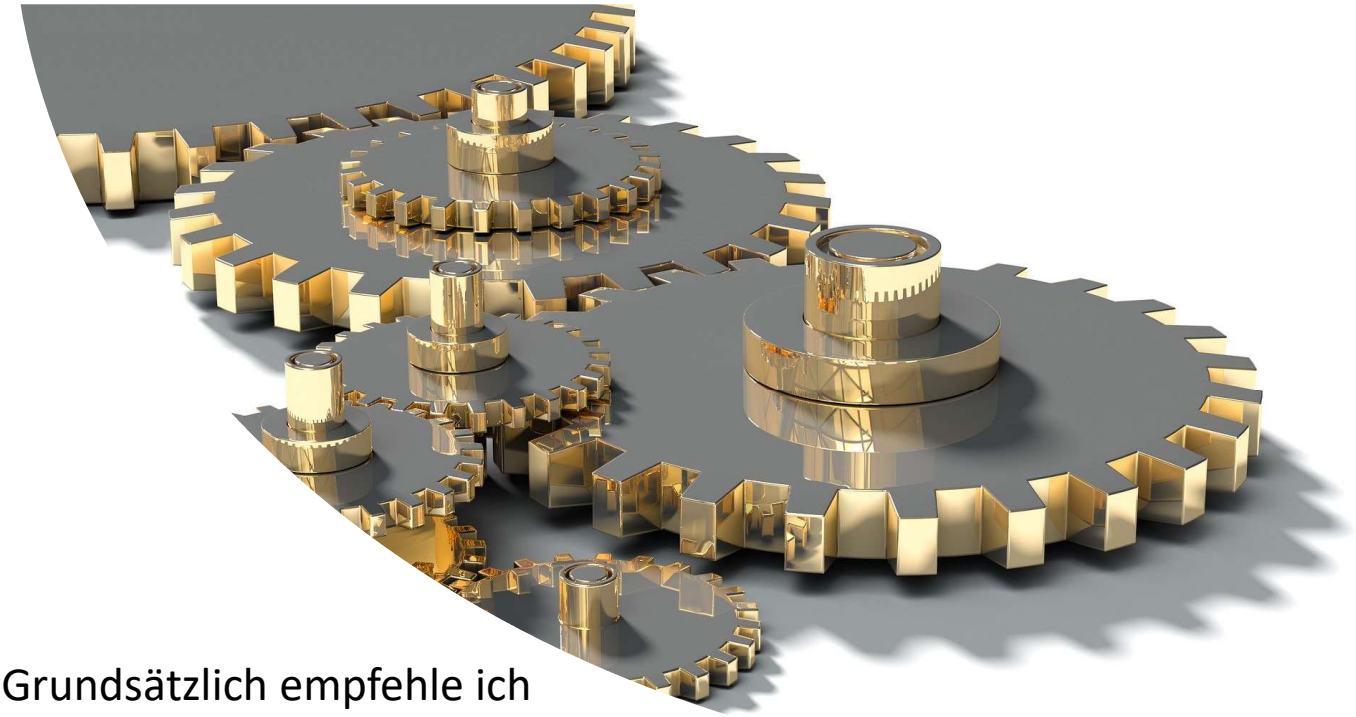
20 fragen für mehr umsatz

Gute Fragen sind wichtiger als Antworten

Gute Fragen sind die Steigbügel für gute Antworten. Wenn wir oft nicht die richtige Antwort bekommen, dann haben wir meist die falsche Frage gestellt. Wie ein Juckreiz führt eine Frage automatisch dazu, dass wir uns kratzen wollen. Fragen legen fest, in welche Blickrichtung wir unsere Gedanken lenken. Deshalb ist es so wichtig, die richtigen Fragen zu stellen. In Sackgassen geraten wir immer dann, wenn wir die falsche Frage stellen.

Dieses E-Book soll ihnen helfen im Bereich Produkt und Leistungen die richtigen Fragen zu stellen, mit dem Ziel, Ihre Umsätze zu erhöhen, weil sie Produkte und Leistungen anbieten, die auf ihre Zielgruppe zugeschnitten sind.

Einleitung



Grundsätzlich empfehle ich Ihnen alle Fragen schriftlich zu beantworten. Wenn es im Team passiert, noch besser. Empfehlung: Machen sie einen Workshop daraus.

Schreiben sie zu den einzelnen Fragen alles auf, was ihnen und ihrem Team dazu einfällt. Ganz wichtig: Begrenzen sie sich nicht mit Aussagen wie: „das geht nicht“, das hat noch nie funktioniert“, „das stimmt so nicht“ etc.

In der ersten Stufe geht es erst einmal darum alles einzusammeln. Was wir später weiter verwenden, das entscheiden wir an einem anderen Punkt

Wie anwenden?

Wenn Sie jetzt zu allen Fragen die Ideen gesammelt haben, dann entscheiden sie sich für die 2-3 wichtigsten Aussagen je Bereich

Diese 2-3 Aussagen sollten sie dann weiter bearbeiten im Team, d.h.

Was leiten wir daraus ab?
Welche Maßnahmen ergeben sich daraus?
Welche Aufgaben ergeben sich daraus?
Wer ist dafür zuständig?
Bis wann ist es erledigt?

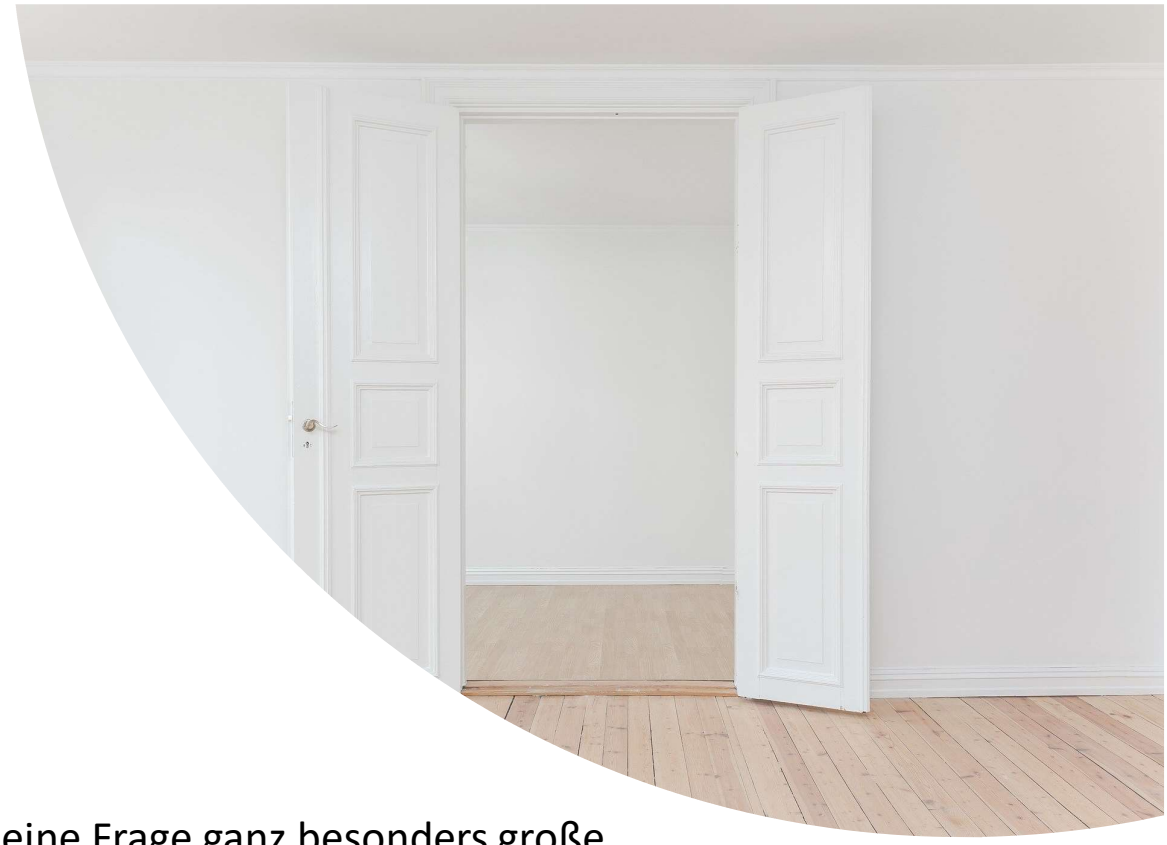
Wie geht´s weiter?

Die meisten Ideen sterben am „beschäftigt sein“, d.h. man setzt sich 1 Tag zusammen und ist glücklich, was man alles erarbeitet hat und anschließend landen die Dinge in der Schublade, weil wir haben ja über alles gesprochen.

Wir haben uns „beschäftigt“. Und beschäftigt zu sein ist für unser Gehirn eine Art Droge. Es lässt uns in dem Glauben, dass wir „eh auf dem Weg sind“. Sind wir aber nicht.

Im Gegenteil. Wir sind weit weg vom Weg. Nur, wenn wir ins TUN kommen, wenn es sich im Außen zeigt, was wir wollen, dann sind wir auf dem Weg! Die besten Fragen helfen nichts, wenn anschließend nichts passiert!

Nicht beschäftigen, sondern TUN



Wenn ihnen eine Frage ganz besonders große Probleme bereitet, und ihnen gar nichts dazu einfallen will, dann sollten sie dran bleiben.

Dann kann/will ihr Gehirn hier nicht „daran arbeiten“. Hier liegen die größten Schätze verborgen.

Denn wir alle haben Denkfilter, die unser Denken begrenzen. Damit bleiben wir in unserem vertrauten Umfeld. Für unser Gehirn sehr bequem.

Fragen stoßen aber Türen auf. Und manche Türen öffnen sich leichter und andere etwas schwerer. Aber wenn sich die schweren Türen öffnen, dann liegt dahinter meistens ein Schatz. Bleiben sie gelassen und machen sie eine Pause. Die Frage arbeitet in ihnen weiter. Und dann kommt plötzlich die Antwort. Meistens unter der Dusche

Türen öffnen sich manchmal langsam

Fragen 1 bis 5 zur Ist-Aufnahme Wo stehen wir

- Wie unterscheiden sich ihre Produkte und Leistungen von ihren Mitbewerbern?
- Mit welchen Produkten machen sie den größten Gewinn?
- Mit welchen Produkten machen sie den geringsten Gewinn?
- Welche Produkte/Leistungen warden von ihren Kunden am moisten geschätzt?
- Welche am wenigsten?

Fragen 6 bis 10 zur Ist-Aufnahme Wo stehen wir

- Welche Kundenprobleme lösen sie und ihr Unternehmen?
- Welche davon lösen sie und ihr Unternehmen besser als die Mitbewerber?
- Welche Besonderheiten bieten sie und ihr Unternehmen (z.B. im Bereich Service, Reklamation, Beratung etc.)
- Wo sind sie hier besser als ihre Mitbewerber? Warum?
- Wo sind sie schlechter als ihre Mitbewerber? Warum?

Fragen 11 bis 16 zur Zukunft Wo wollen wir hin?

- Welche Produkte und Leistungen könnten sie und ihr Unternehmen noch anbieten außerhalb des aktuellen Sortiments?
- Welche ungenutzten Potentiale gibt es?
- Welche Krisen hat ihr Unternehmen bisher gemeistert?
- Welche Stärken hat ihr Unternehmen dadurch erworben
- Woran ist ihr Unternehmen bisher gescheitert?
- Welche Problemerfahrung hat es dadurch gewonnen?

Fragen 17 bis 20 zur Zukunft Wo wollen wir hin?

- Wo liegen die größten Schwächen und Engpässe im Unternehmen?
- Welche Stärken können sich daraus ergeben?
- Über welches spezielle know how verfügen ihre Mitarbeiter?
- Welche größeren Projekte wurden in der Vergangenheit erfolgreich abgeschlossen, was haben sie daraus gelernt?

Sollten Sie Werkzeuge benötigen, um ihre Denkstrukturen zu erweitern, um neue Ideen zu finden, dann holen Sie sich das

E-Book
„Der einfache Weg zu genialen Ideen“

PD CONSULTING.
Unternehmensberatung

www.dorfner-consulting.de
T +49 172-815 76 23
pia.dorfner@dorfner-consulting.de

Wenn Sie Lust auf
MEHR ZUKUNFT haben