

Wer richtig fragt, gewinnt

Ein Schlüssel zu einem erfolgreichen Verkaufsgespräch ist die angewandte Fragetechnik. Verkaufstrainer Hans Günter Lemke gibt wertvolle Tipps für dieses wichtige kommunikative Werkzeug.



Foto: Hans Günter Lemke

Hans-Günter Lemke

Trainer für Führung und Verkauf, Buchautor und Handelsberater
www.lemke-training.de

Fragen sind das wichtigste Werkzeug im Verkaufsgespräch. Sie helfen nicht nur dabei, den Kunden besser kennenzulernen, sondern zeigen auch echtes Interesse an seinen Bedürfnissen. Wer gezielt fragt, erhält wertvolle Informationen über Wünsche, Anforderungen und mögliche Einwände. Auf dieser Basis kann ein maßgeschneidertes Angebot entwickelt werden, das wirklich überzeugt. Darüber hinaus fördern Fragen den Dialog, schaffen Vertrauen und geben dem Gegenüber das Gefühl, verstanden und ernst genommen zu werden. Sie lenken das Gespräch und geben dem Verkäufer die Kontrolle, ohne aufdringlich zu wirken. Durch kluge Fragetechniken lassen sich Missverständnisse vermeiden, Bedarfe präzise herausarbeiten und Kaufentscheidungen gezielt vorbereiten.

Gewusst wie

Es gibt verschiedene Arten von Fragen, die in verschiedenen Phasen eines Verkaufsgesprächs effektiv einsetzbar sind. Neben der offenen Frage, auch direkte Frage genannt, die man meist an den Fragewörtern wie „Was“, „Wer“, „Wie“, „Warum“ er-

kennt, gibt es für den Profi noch weitere Fragetechniken, die gut in Gesprächen einzusetzen sind. Fakt ist aber auch, dass eine offene Frage in jeder Verkaufsphase gut ist, da es immer eine Antwort gibt und nicht nur ein „ja“ oder „nein“. Im Folgenden werden die weiterführenden Fragetechniken für den Profi erklärt.

Die Alternativfrage: Es müssen zwei alternative Vorschläge gemacht werden, wobei beide Vorschläge für den Kunden akzeptabel sein müssen. Er soll nicht mit ja oder nein antworten, sondern sich entweder für das eine oder das andere entscheiden. Die Entscheidung herbeizuführen ist das Ziel.

Die Informationsfrage: Diese geschlossene Frageform bietet dem Gegenüber Informationen an, die wichtig sein könnten oder das Gesprächsziel des Verkäufers, der Verkäuferin unterstützen. Diese Information wird in Frageform gebracht, um dem Kunden, nicht das Gefühl zu geben, dass der Verkäufer ihn belehren will. Vielmehr soll sein Interesse geweckt werden. Die Art der Formulierung sollte so gewählt sein, dass es dem Kunden nicht unangenehm ist, wenn er die Information noch nicht kennt.

Die einschränkende Frage: Viele Menschen neigen dazu, zu übertreiben oder zu verallgemeinern. Wenn der Verkäufer antworten würde, dass übertrieben wird oder der Kunde Unrecht hat, würde dieser entsprechend reagieren. Denn je mehr Widerstand erzeugt wird, desto heftiger ist die Verteidigung des Kunden. Wenn jemand von sich aus nichts zurücknimmt, gibt es die einschränkende Frage. Ziel hierbei ist es, eine realistische Aussage zum weiteren Dialog zu erhalten. Der Verkäufer formuliert die Einschränkung in der Frageform und lässt sich dann bestätigen, dass der Kunde eigentlich genau das hat sagen wollen. Die einschränkende Frage bietet einen brauchbaren Ansatz für einen weiteren positiven Dialog.

Die taktische Frage: Die taktische Frage funktioniert so, dass sich der Verkäufer unbeeindruckt von den Gegenargumenten des Kunden zeigt und einen ihm wichtig erscheinenden Punkt aufgreift. Es kann auch ein Punkt sein, den der Kunde vernachlässigt oder übersehen hat. Dieser Punkt wird dann in eine taktische Gegenfrage umformuliert. Der Verkäufer muss bei der taktischen Frage



Wer die richtigen Fragen stellt,
verkauft erfolgreicher – weil er
Lösungen statt Produkte anbietet.

Foto: Pixabay, Gerd Altmann

genau kombinieren, worauf der Kunde Wert legen könnte. Diese Methode ist gezielt einzusetzen und verlangt viel Übung.

Die provozierende Frage: Vorsicht! Mit der provozierenden Frage greifen Sie Ihr Gegenüber an. Sie sollten diese Fragen nur gezielt in Ausnahmesituationen stellen. Ziel ist es, einen z.B. introvertierten Kunden aus der Reserve zu locken. Nur einzusetzen bei Menschen, die abblocken und generell nicht kaufen wollen.

Die Gegenfrage: Mit einer Gegenfrage reagieren Sie auf eine Frage Ihres Gegenübers. Positiv ist an dieser Frageform, dass Sie durch die Gegenfrage Zeit gewinnen können. Dies ist besonders empfehlenswert, wenn Sie die Antwort spontan nicht wissen oder eine provokative Frage vom Kunden zurückgeben möchten. Dadurch erreichen Sie, dass das Problem zumindest vorübergehend bei Ihrem Gegenüber und nicht bei Ihnen liegt.

Die Stimulierungsfrage (Motivationsfrage): Das Ziel ist es den Kunden mit einer Frage in eine positive Stimmung versetzen. Eine gute Frageform, wenn der Verkäufer das Gefühl hat, dass den Kunden etwas bedrückt. Dem Gegenüber direkt zu fragen: „Wie geht es Ihnen?“, ist nicht immer sinnvoll, da die meisten Menschen nicht unbedingt mit der Wahrheit rausrücken, wenn diese ein privates Problem haben. Besser ist es mit einer Frage zu stimulieren.

Die hypothetische Frage: Hypothetische Fragen sind solche, zu deren Beantwortung sich der Kunde in Situationen versetzen muss, in denen er tatsächlich nicht ist. Wenn es im Verkaufsgespräch zu einem Stillstand kommt, können hypothetische Fragen helfen. Diese Frageform ist eine offene Frageform. Sie ist auch gut einsetzbar, besonders bei Kunden, die hohe Rabattforderungen stellen oder die mit

dem Vorschlag nicht einverstanden sind.

Die rhetorische Frage: Im Verkauf ist eine rhetorische Frageform eine Frage, auf die keine echte Antwort erwartet wird, weil die Antwort entweder offensichtlich ist oder bereits in der Frage mitgeliefert wird. Ziel dieser Technik ist es, den Kunden zu lenken, Zustimmung zu erzeugen oder Interesse zu wecken – ohne konfrontativ zu wirken.

Die reflektierende Frage: Diese Frageform eignet sich dazu, eine Aussage des Gegenübers zu reflektieren, bzw. aufzunehmen und in eine Frageform zu „packen“. Sie hilft auch, sicher zu stellen, dass der Verkäufer alles richtig verstanden hat oder eine Aussage des Gegenübers etwas abzuschwächen.

Kurz gesagt: Wer die richtigen Fragen stellt, verkauft erfolgreicher – weil er Lösungen statt Produkte anbietet.



[www.petonline.de/
2025-09-Fragetechniken](http://www.petonline.de/2025-09-Fragetechniken)

MEHR ONLINE