

Arbeitsauftrag:

Bereiten Sie das Kundengespräch vor! – Hmm: Üblicherweise sind die Gruppen mit dieser Vorbereitung in ca. 5 Minuten „fertig“, weil Sie nicht wissen, was im Rahmen eines solchen Kundengesprächs stattfinden soll und wie dies sinnvoll vorbereitet werden kann. Beachten Sie bitte die Hilfestellungen und nutzen Sie die 90 Minuten Arbeitszeit effektiv.

Mit dem Kundenauftrag beginnt erst die Reise vom Auftrag zum fertigen Produkt... Einer der ersten Schritte im Rahmen des systematischen Vorgehens ist die Erstellung des Lastenheftes („Was will der Kunde?“) und anschließend des Pflichtenheftes („Was bieten wir dem Kunden an?“). In diesem Sinne sollen Sie das Kundengespräch nutzen, um anschließend eindeutig definieren zu können, was der Kunde tatsächlich will und was er geliefert bekommt. Gehen Sie davon aus, dass der Kunde häufig noch unklare und unvollständige Vorstellungen hat; auch weil ihm das Fachwissen und die Kenntnis der technischen Möglichkeiten fehlt. Dann sind Sie als Experte dafür zuständig, ihm bei der Klärung seines Anliegens zu unterstützen.

Soweit verständlich? Dann helfen Ihnen nun diese Schritte zur Umsetzung:

1. Analysieren Sie den Kundenauftrag!

Ihnen liegt ein schriftlicher Auftrag vor: Was will der Kunde? Was ist eindeutig? Was ist unklar? Was könnte der Kunde wollen?

1. Was verstehen Sie bereits eindeutig? – Sprechen Sie miteinander darüber und versuchen Sie den Kundenwunsch in eigene Worte zu fassen bzw. „Übersetzen“ Sie gegebenenfalls einzelne Aspekte in kleine Skizzen.
2. Welche Punkte sind unklar und offen? Wo sind müssen Sie nachfragen? Denken Sie nicht nur an Details, sondern auch an die Aspekte eines Pflichtenheftes: „Muss-, Wunsch- und Abgrenzungskriterien“.
 - Sammeln Sie offenen Punkte. Brainstorming: Drauf los!
 - Ordnen Sie die offenen Punkte zu Schwerpunkten.

2. Übersetzen Sie die offenen Punkte in Fragen!

Wenn Sie die offenen Punkte gesammelt und zu Schwerpunkten gruppiert haben, dann überlegen Sie sich Fragen, mit denen Sie diese Informationen erkunden können. Idealerweise verwenden Sie sogenannte „offene Fragen“. Eine gute offene Frage bringt den Kunden dazu, dass er viele Informationen aufzählt. Mit geschicktem „aktiven Zuhören“ lenken Sie und greifen Aspekte der Kundenäußerungen aus. Zur Sicherheit haben Sie weitere „offene Fragen“, „W-Fragen“ und auch als Reserve präzise „geschlossene Fragen“ vorbereitet. Sammeln Sie diese Art an Fragen für jeden Schwerpunkt.

1. Sammeln Sie „offene Fragen“! Schriftlich! Mit welcher Frage eröffnen Sie einen Schwerpunkt?
2. Welche vertiefenden Fragen (weitere „offene oder W-Fragen“) bieten sich noch an? Notieren Sie!
3. Welche geschlossenen Fragen haben Sie in Reserve? Notieren Sie!

3. Erstellen Sie einen Gesprächsleitfaden!

Fragen allein machen noch kein Gespräch: Zunächst müssen Sie die Fragen sortieren und dann das Gespräch planen: Erinnern Sie sich, aus welchen Elementen ein Kundengespräch besteht [Erinnerung Unterstufe!]. Nutzen Sie den Beobachtungsbogen [siehe Seite 3] als Hilfsmittel, darin finden sich viele Anregungen für den systematischen Ablauf eines Kundengesprächs! Nutzen Sie die Beispielphrasen aus dem „Idealtypischen Kundengespräch“ [siehe Seite 2], um das Gespräch systematisch zu steuern und zu lenken. Entwickeln Sie einen Gesprächsleitfaden, der mehr ist als ein Durcheinander zufälliger Fragen!

1. Sortieren Sie die Fragen zu thematischen Schwerpunkten.
1. Legen Sie eine mögliche Reihenfolge der Schwerpunkte fest.
2. Legen Sie die Rollen im Gespräch fest:
 - Wer ist für welchen Schwerpunkt zuständig?
 - Wer ist Ihr Gesprächsleiter und lenkt das Gespräch?
 - Wer protokolliert die Antworten?
3. Planen Sie den Ablauf des Gespräches.

Vorgaben Kundengespräch:

Gesprächsdauer für die Simulation des Kundengesprächs ist ca. 15 Minuten. Ziel des Gesprächs ist die Erfassung aller Vorgaben, damit Sie einen ersten Prototypen erstellen können: Was soll die Software leisten können? = Funktionalitäten. Welche Sicherheitsaspekte werden berücksichtigt? Können Sie Eingabemasken zeichnen? Den Datenfluss aufzeigen? Den Ausgabebildschirm visualisieren? Wie sieht die Anmeldemaske aus? Welche Daten werden übergeben? Wo werden die Daten gespeichert? In welcher Systemumgebung soll die Software laufen?

Vorgaben Präsentation Prototyp:

Gesprächsdauer für die Präsentation des Prototypen ist ca. 10 Minuten zuzüglich Nachfragen. Der Kunde will sich ein Bild verschaffen, was die Software leisten kann, wie sie zu bedienen ist und wie Sie die Sicherheitsaspekte berücksichtigen. Ihr Ziel haben Sie erfolgreich erreicht, wenn der Kunde Sie nach der Präsentation des Prototypen mit der Programmierung beauftragt. Erstellen Sie Prototypen zum Beispiel der Eingabemaske, des Anmeldebildschirms und des Ausgabebildschirms. Erstellen Sie hierzu einen Screencast, d.h. Sie filmen mit dem Handy die aufgezeichneten Funktionen: Je nach Zeit vertont oder mit Lifekommentar. Damit wird sichergestellt, dass Sie vorbereitet sind und alle in der Klasse ihren Prototypen sehen können.

Idealtypischer Ablauf des Kundengesprächs:

Begrüßungsphase

Berater 1: „Guten Tag, mein Name ist NAME, ich bin der Projektleiter des Teams.“

Kunde: [nennt seinen Namen, Handschlag]

Berater 1: „Darf ich Ihnen mein Team vorstellen? Da wäre zunächst Herr NAME, unser Sicherheitsexperte, Herr Name“
[...]

Berater 1: „Wir möchten damit beginnen, dass wir Ihnen zunächst zusammenfassen, was wir Ihrem Auftrag entnommen haben. Anschließend möchten wir Sie bitten zu ergänzen und dann haben wir noch einige Schwerpunkte mit Fragen vorbereitet. Ist das Vorgehen in Ihrem Sinne?“
[...]

Erkundungsphase und Angebotsphase

Berater 1: „Gut, dann fangen wir an. Mein Kollege NAME beginnt.“

Berater 2: „Ihrem Kundenauftrag konnten wir entnehmen, dass Sie folgendes wünschen....“
[...]

Berater 1: „Haben wir das soweit richtig erfasst“ / „Was ist Ihnen noch besonders wichtig?“

Kunde: „...“

Berater 1: „Gibt es von Ihrer Seite noch Ergänzungen?“

Kunde: „...“

[...]

Berater 1: „Soweit gut, wir haben noch einige Fragen vorbereitet. Mein Kollege NAME beginnt mit dem Schwerpunkt“

Berater 3: [Skizziert Schwerpunkt und stellt offene Fragen]

Kunde: [Antwortet]

Berater 3: „Sie sagen [wiederholt Schlüsselwort]. Darf ich da genauer nachfragen...“

Kunde: [Antwort]

Berater 3: „Darüber wollten wir gleich noch sprechen, darf ich das zurückstellen und zunächst fragen, ...“

Kunde: [Antwort]

Berater 1: „Das ist ein Aspekt, den Herr NAME gleich noch ansprechen wird, können wir zurückkommen auf...“

Kunde: [Antwort]

Berater 3: „In dem Zusammenhang wollten wir noch fragen,“

Kunde: [Antwort]

Berater 5: „Als Protokollant muss ich hier genau nachfragen, ist das ein Muss- oder ein Wunschkriterium?“

Kunde [Antwort]

Berater: „Kommen wir zurück zum Punkt wie soll....?“

Kunde: [Antwort]

Berater 3: „Moment, schaue gerade, ob ich noch etwas vergessen habe [guckt auf Fragenkatalog]. Da wäre noch...“

Kunde: [Antwort]

Berater 1: „Gibt es von Ihrer Seite noch etwas zu diesem Aspekt XYZ?“

Kunde: [Ergänzung]

Berater 1: „Wenn das alles geklärt ist, dann würde ich gerne an Herrn NAME übergeben.“

Berater 4: Kommen wir nun zum Schwerpunkt / Thema ZYX“

[Neuer Durchgang wie bei Berater 3 – dies wiederholt sich bei jedem Schwerpunkt]

Berater 1: „Ich denke, dass wir soweit alle Informationen haben.“

„Verkaufs“abschlussphase:

Berater 1: „Dann darf ich die wesentlichen Vereinbarungen noch einmal festhalten: Sie wünschen.... Sie beauftragen uns mit Wir erstellen bis kommenden Freitag... In einer Woche präsentieren wir Ihnen“

Kunde: ...

Berater 1: „Haben wir noch etwas Wesentliches vergessen?“

Kunde: ...

Verabschiedungsphase:

Berater 1: „Wenn dann alles geklärt wäre, dann sehen wir uns kommenden Freitag?“

Kunde: „...“

Berater 1: „Bei Ihnen hier am gleichen Ort?“

Kunde: ...

Berater: „Hier ist unsere Telefonnummer, falls Sie uns erreichen wollen.“

Kunde: ...

Berater: „Prima, dann möchten wir uns verabschieden....“

Kunde: ...

Achten Sie auf die Steuerung des Gespräches! Einfacher wird es, wenn Sie die Schwerpunkte einzelnen Personen zuordnen und eine Person die Lenkung/Moderation des Gespräches übernimmt. Wer protokolliert die Ergebnisse und hält Sie fest? Übrigens: Der häufigste Fehler in diesem Gespräch ist, dass Sie bereits die technische Umsetzung im Detail besprechen!

Auftrag: Suchen Sie sich je Phase einen Beobachtungsschwerpunkt aus!

Phase	#	Beobachtungsschwerpunkt	erfolgreich?
Begrüßungsphase	1.1	Freundliche und persönliche Begrüßung des Kunden. Namen, <u>Funktionen und Zuständigkeiten</u> aller Beteiligten im Rahmen des Projektes („Projektleiter“, „Sicherheitsexperte“, „Datenbankexperte“ etc.) und im Rahmen des Gespräches („Protokollant“ etc.) werden benannt.	
	1.2	Small Talk für eine erste Annäherung kann helfen. Idealerweise aber ist dieser schon thematisch orientiert oder leitet indirekt zum Gespräch über. Achten Sie darauf, dass es zeitlich nicht ausufert und Ihnen die Gesprächsführung nicht entgleitet: <u>Sie lenken das Gespräch!</u>	
	1.3	Orientierung: Als Gesprächsführer benennen Sie die Agenda über den <u>geplanten Ablauf</u> des Gespräches. D.h., Sie sind vorbereitet und der Ablauf des Gespräches ist nicht willkürlich. Natürlich vergewissern Sie sich, dass Ihr Gesprächspartner mit dem vorgeschlagenen Ablauf einverstanden ist.	
Erkundungs- und Angebotsphase	2.1	<u>Das Gespräch ist strukturiert</u> . Einzelne Schwerpunkte werden angekündigt und systematisch angesprochen: Das Thema wird durch ein Statement oder eine offene Frage eröffnet, weitere Fragen mit zunehmenden Detailgrad folgen und das Thema wird mit einer Zusammenfassung abgeschlossen.	
	2.2	Achtung: Bei aller Systematik und Struktur: Das Gespräch ist frei geführt, d.h. die Fragen werden <u>nicht der Reihe nach abgeklappert</u> : Aus einer Antwort des Kunden ergibt sich eine neue Nachfrage... scheinbar leicht und natürlich – der Gesprächsleitfaden dient eher der Orientierung und wird nicht abgelesen.	
	2.3	<u>Wer führt das Gespräch?</u> Idealerweise führt der Kundenberater das Gespräch, aber der Kunde hat Freiraum und wird nicht eingeengt. Es ist sehr schwer, das Gespräch zu lenken und dem Kunden Raum zu geben – ohne sich im Kreis zu drehen und seinen „roten Faden“ zu verlieren	
	2.4	Es sollen die <u>Anforderungen und Funktionalitäten</u> erfasst werden. Achtung: Verzetteln sich die Berater in Details? Das wird vor allem dann passieren, wenn diese bereits über die Details der technischen Umsetzung sprechen. Man kommt dann „vom Hölzchen aufs Stöckchen“ - statt Grundsätzliches!	
Verkaufs- abschlussphase	4.1	Werden die <u>wesentlichen Vereinbarungen nochmals zusammengefasst</u> ? Gehen Kunde und Berater mit dem gleichen „Bild“ auseinander, was vereinbart wurde – oder wird es eine „böse“ Überraschung geben?	
	4.2	Wird eindeutig zwischen <u>Wunsch-, Muss- und Abgrenzungskriterien</u> unterscheiden? Sind die Prioritäten des Kunden richtig erfasst worden? Wurden unrealistische Erwartungen geweckt, die absehbar nicht eingehalten werden können? (Zeit, Geld, Machbarkeit)?	
Verabschiedungsphase	5.1	Gibt es einen eindeutigen <u>Gesprächsabschluss</u> mit Verabschiedung? Wird der Kunde mit einem guten Gefühl entlassen?	

Vermutlich werden anders als im idealtypische Phasenmodell Erkundung- und Angebotsphase gemischt werden.