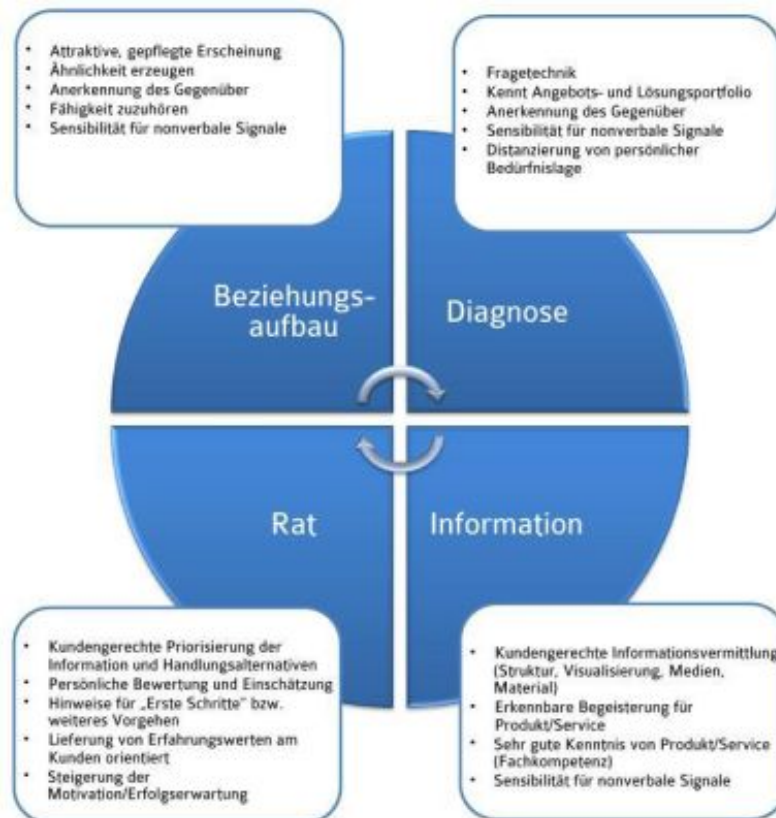


Beratungsqualität im Fluss

24.07.2012, 18:44 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Personalentwicklung3000*



Beratungsqualität

Der Begriff „Berater“ ist ungeschützt und schon deshalb schillernd bis fließend. Was aber genau lässt sich unter Beratungskompetenz verstehen? Tatsächlich gibt es Kriterien, die ein guter Berater erfüllen muss. Der Wert guter Beratung ist so offenkundig, dass er auch in einem staatlichen Projekt gefördert wird. An dieser Stelle soll es darum gehen, die (möglichen) messbaren Qualitäten eines guten Beraters zu benennen.

Beratung spielt sich zwischen Menschen ab. Es liegt also nahe zu schauen, ob diese Menschen gemeinsam auf einen Nenner kommen. Ist die Kommunikation zwischen ihnen reibungslos? Kommen die Informationen, die transportiert werden sollen, tatsächlich an die Frau und den Mann?

Wer kennt nicht aus eigener Erfahrung Geschichten von Verkäufern, die ihn mit Informationen überschütteten, aber das Anliegen des potentiellen Käufers nicht wirklich zu verstehen schienen.

Gute Beratung wie erfolgreicher Verkauf setzen voraus, dass die Menschen, die miteinander zu tun haben, eine positive Beziehung eingehen. Im Idealfall findet man den Berater als sympathisch und kompetent. Die Frage muss also lauten, was kann ein Berater machen, um als sympathisch und kompetent wahrgenommen zu werden. Die Qualität seiner Beratung steht und fällt mit dieser Akzeptanz durch sein Gegenüber. Gelingt es dem Berater nicht, diesen positiven Eindruck zu erzeugen, wird auch der inhaltliche Aspekt seines Tuns sein Ziel verfehlen. Grundregel 1 der guten Beratung lautet also stets: Entwickeln Sie eine positive Beziehung, die auf Sympathie und Kompetenzerwartung des

Kunden/Klienten basiert.

Im hier dargestellten Prozessmodell der Beratung wird zum Zwecke des Beziehungsaufbaus speziell das 3A-Modell der Sympathieerzeugung (Attraktivität + Ähnlichkeit + Anerkennung = Sympathie) angeboten und als messbar angesehen.

Der nächste Schritt im Beratungsprozess besteht darin, alle Informationen zu sammeln, die für einen zweckmäßigen Ratschlag erforderlich sind. Nicht umsonst lautet eine Zentralfähigkeit des guten Beraters „Zuhören“. Auch hier zeigt sich die Parallele zu den Verkäufern. Schlechte Verkäufer bombardieren ihr Opfer mit Informationen, die es nicht braucht und die den Verkaufsprozess somit behindern. Gute Verkäufer dagegen sammeln zunächst Informationen. Sie bringen die andere Seite ins Reden und punkten damit doppelt. Untersuchungen belegen, dass Menschen, die sich äußern können, ihren Gesprächspartner als sympathisch und kompetent wahrnehmen. Hinzu kommt, dass wer zuhören kann, sehr viel mehr Informationen gewinnt, als derjenige der redet.

Natürlich ist auch hier das rechte Maß von Bedeutung. Der Beratene will Informationen. Und der einfühlsame Berater erkennt den Moment, wenn er alle relevanten Informationen gesammelt hat, um das zu liefern, was sich der Kunde wünscht. Die Betonung liegt tatsächlich auf KUNDE. Der gute Berater besitzt genügend Selbsterkenntnis, um eigene und fremde Bedürfnisse voneinander unterscheiden zu können. Das ist auch der Grund, warum in vielen Fällen senioren Berater von Vorteil sind. Sie haben ihre Erfahrungen mit der Welt und sich selbst gemacht und können sich im entscheidenden Moment zurücknehmen. Anstatt Informationen nur aus der eigenen Perspektive zu bewerten, schlüpfen sie in die Schuhe ihres Gesprächspartners, sehen die Welt mit seinen Augen und erkennen, was er wirklich braucht.

Das rechte Maß an Nähe und Distanz erlaubt ihnen sogar, den anderen besser zu verstehen als er selbst dazu in der Lage ist. Hier kommt die Expertenrolle ins Spiel. Der gute Berater hört, was sein Gegenüber wünscht und weiß gleichzeitig aufgrund seines Erfahrungsschatzes, was er wirklich wünscht und braucht, ohne die eigene Rolle und die eigenen Berater- und Verkäuferbedürfnisse über Gebühr zu projizieren. Nach der fundierten Informationsaufnahme auch Diagnostik genannt, die aus einem Wechselspiel von Zuhören und gezielten Fragen besteht, liefert der Berater die richtigen Informationen.

Damit er dazu in der Lage ist, muss er sein Metier wirklich beherrschen. Er muss sein Produkt/Service genauestens kennen, um eine ideale Passung zwischen Bedürfnis und Erfüllung zu erzeugen. Ein gutes Gedächtnis, aufrichtige Begeisterung für dieses Produkt/Service und eine anhaltende Lernbereitschaft sind dafür von großem Vorteil. An dieser Stelle teilt sich insbesondere Fachkompetenz mit. Sie wirkt durch die erwähnte Vorarbeit aber auch durch die erkennbare „Liebe“ zum Produkt/Service überzeugend.

Ist es dem Berater gelungen wie besprochen die Beziehung aufzubauen und „glaubt“ er erkennbar an das, was er vermittelt, wird er seine Informationen sehr viel leichter übertragen können. Es ist ein einfaches Balance-Theoretisches Gesetz aus der Psychologie, das belegt, dass Menschen dann eine Information gerne annehmen, wenn Sie den Sender der Information annehmen/akzeptieren.

Das gilt natürlich insbesondere für den Rat an sich, denn aus der Informationsübermittlung erfolgt im Beratungsprozess eine Empfehlung. Der Berater übernimmt mit seiner Stellungnahme Verantwortung. Er führt den Klienten hin zu einer Entscheidung. Selbstverständlich kann er nicht beschließen, dass der Klient seiner Empfehlung folgt. Er sollte aber in bestem Gewissen auf Grundlage seiner Informationssammlung und mit dem Erfahrungswissen, das ihn auszeichnet, den aus seiner Sicht besten Weg aufzeigen.

Ist der Beratungsprozess geglückt, wird der Beratene diesen Ratschlag mit großer Wahrscheinlichkeit annehmen und umsetzen. Compliance ist das Resultat.

In allen Phasen ist dafür ein hohes Maß an Sensibilität des Beraters erforderlich. Sie zeigt sich gerade in der Wahrnehmung der nonverbalen Kommunikation des Klienten. Oft wird davon gesprochen, dass man zum Berater oder auch Verkäufer geboren sein muss. Hinter dieser Aussage verbirgt sich möglicherweise eine natürliche Sensibilität für die nonverbalen Signale, die quasi intuitiv registriert werden.

Die Kunst und das Handwerk des Verkäufers bestehen darin, den Entscheidungsprozess des Kunden zu forcieren. Ein

Berater favorisiert. Ein Verkäufer forciert. Aber das ist ein anderes Thema. Die Trennungslinie ist wie bei so vielem fließend.

Portrait

Personalentwicklung3000 bietet Potenzialanalysen, Trainings und Coachings auf höchstem Niveau. Wissenschaftlich gesichert und am Ergebnis orientiert. Gegründet 2008 verbindet die Mannschaft von Personalentwicklung3000 Kompetenzen in allen Disziplinen der Personal- und Organisationsentwicklung. Das Unternehmen ist bundesweit aufgestellt und verfügt über Referenzen in einer Vielzahl von Branchen (Verkehr, Versicherung, Banken, Sozialwesen, Industrie, IT etc.). Ein neuer Schwerpunkt des Engagements ist das betriebliche Gesundheitsmanagement. Wir bieten Kurse, die Mitarbeiter besser mit Stress umgehen lassen. Die Arbeitszufriedenheit steigt. Innovationen sind möglich.

News-ID: 650830 • Views: 1224 (Stand: 02.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/650830/Beratungsqualitaet-im-Fluss.html>