

Einfach mal fragen!

Eike Mahlstedt

Geht es Ihnen auch manchmal so...

Wie bekomme ich mehr Kunden in mein kleines Ladengeschäft? Wie motiviere ich meine zufriedenen Kunden, meine Online-Bewertungen auszufüllen und abzuschicken? Welche Eigenschaften müssen meine Produkte und Dienstleistungen haben, um auch zukünftig wettbewerbsfähig zu sein? Wie finde ich heraus, ob meinen Gästen das Essen und der Service gefallen hat?

Oder, mal aus einem ganz anderen Umfeld: Die Verantwortlichen der Kirchengemeinden möchten stärker junge Menschen und Familien ansprechen und zum Besuch des Gottesdienstes bewegen. Wie können sie dieses Ziel erreichen?

Der Katalog an Fragen kann seitenweise weitergeführt werden. Die Krux an der Sache ist nur, große Unternehmen haben große Marktforschungsabteilungen. Kleine Unternehmen haben hierfür oft keine Leute, kein Geld oder nehmen sich nicht die Zeit. Und das Geld für aufwändige CRM Systeme ist auch (noch) nicht da.

Wie also kommen diese kleinen Unternehmen trotzdem an gute Informationen über ihre Kunden und deren Bedürfnisse? Und das auch noch schnell und möglichst ungefiltert?

Einfach mal Fragen stellen!

Einfach mal fragen - und sich Zeit dafür nehmen. Klingt banal, wird dennoch oft vernachlässigt. Wie kann das gehen?

Finden Sie zunächst heraus, was Sie wirklich herausfinden wollen. Worüber wollen Sie sich intensiver Gedanken machen, was möchten Sie verändern? Sie könnten sich beispielsweise überlegen, wie Sie Ihre gut ausgebildeten IT-Mitarbeiter im Unternehmen halten bzw. als Arbeitgeber attraktiv für junge IT-Mitarbeiter werden. Das kann

besonders für KMU, die oftmals nicht so sehr in der Aufmerksamkeit dieser Fachleute stehen, sehr wichtig sein!

Wenn Sie darüber Klarheit gewonnen haben, dann bereiten Sie sich vor: Überlegen Sie sich im Vorfeld Fragen, oder sogar einen kleinen Katalog an Fragen. Dies ist besonders dann empfehlenswert, wenn über einen längeren Zeitraum mehrere Personen befragt werden sollen oder mehrere Personen die Interviews führen. Denn wer kann sich noch erinnern, was genau vor ein paar Wochen gesagt wurde?

Zusätzlich sollten Sie sich überlegen, wo Sie zukünftige Kunden treffen. Warum geht jemand an meinem Restaurant vorbei? Was würde junge Leute bewegen, nicht online zu ordern, sondern in meinem Geschäft zu kaufen? Wieso abonnieren Menschen Influencer, aber nicht Gott?

In unserem IT-Beispiel könnten Sie an die Hochschulen gehen und die Studenten befragen, was Sie von Ihrem Arbeitgeber und den Rahmenbedingungen erwarten. Oder Sie haben Glück und finden eine „Internetbude“ in Ihrer Nähe. Dann fragen Sie einfach deren Mitarbeiter.

Und dann kann es auch schon losgehen! Zu diesem Zeitpunkt ist es zentral, nur Fragen zu stellen und ganz, ganz konzentriert zuzuhören. Fangen Sie nicht an zu rechtfertigen, zu argumentieren oder zu überzeugen. Nur hören, zuhören, Reinhören, nachfragen. Weichen Sie bei Bedarf von den vorbereiteten Fragen ab, vertiefen oder ergänzen sie diese. Und so selbstverständlich es klingt, machen Sie sich Notizen, damit nichts in Vergessenheit gerät.

Wer fragt bekommt auch Antworten, und das im O-Ton und authentisch. Und wer nicht fragt, der aber das wissen wir ja schon seit der Sesamstraße.

Es muss nicht die „große“ Lösung sein. Kleine Schritte bewirken viel – und schnell!

Natürlich können sie den gesamten Prozess auch systematischer angehen, etwa mithilfe der Methode des [Design Thinking](#). Der Kern dieser Methode ist die 100% Orientierung an den Bedürfnissen Ihrer Kunden und potentiellen Zielgruppe. Sie ist zudem schnell umsetzbar, erzeugt eine offene Grundhaltung bei den Eingebundenen und stärkt die tägliche Zusammenarbeit in Ihrem Unternehmen. Sie können die Methode als Ganzes auf ein Projekt anwenden oder einzelne Elemente

und Prozessschritte für den Alltag nutzen. Ganz nach dem Motto „Einfach mal machen“! Und das ist doch eine besondere Stärke in kleinen und mittelständischen Unternehmen!

„Es gibt nichts Gutes, außer man tut es!“ (Wilhelm Busch)

Eike Mahlstedt Experte für Personalentwicklung und kreative Lösungen | Interim Manager, Trainer und Coach
Tel. 0171 56 605 95 | em@mahlstedt-tcc.de
www.mahlstedt-tcc.de | www.mahlstedt-hr-interim.de