

Konfliktmanagement in der Kundenbeziehung im äußeren- und inneren Kontext

Liebe Leser, liebe Leserinnen

in der Kundenbeziehung herrscht nicht immer nur eitel Sonnenschein, sondern dort kann aus einem unerledigten Thema ein Konflikt heranwachsen, der für beide Parteien eher hinderlich in der weiteren Beziehung ist. Auslöser dafür können unterschiedliche Ursachen sein.

Zur Erhebung eines Konflikts können Sie von zwei Seiten darauf blicken. Von Innen und Außen. Mit dem äußeren Kontext erheben Sie alle öffentlichen und bekannten Merkmale, die zum Konflikt beigetragen haben. Der innere Kontext stellt einzig und allein ihre Situation im Innern dar. Damit sind ihre Gefühle und Teile gemeint, die sich während des Konflikts gemeldet haben. Zu erst werden der Konfliktauslöser und die damit verbundenen Konfliktparteien in ihrem äußeren Kontext analysiert:

Beobachten Sie sich und werfen Sie einen Blick von außen auf ihr Verhalten während des Gesprächs. Fällt Ihnen dabei ein typisches Muster auf, das durch den Gesprächspartner hervorgerufen wird? Welche typischen Äußerungen oder Sätze lösen in ihnen einen Widerstand aus, und laden damit zum Konflikt ein? Mit welchem Auftrag ist der Kunde und mit welchem sind Sie unterwegs? Ist im Vorfeld schon dadurch ein Konflikt unausweichlich? Im Gesprächsverlauf treten meist auch nonverbale Signale auf, die ebenfalls Spielraum für Interpretationen zulassen.

Nachdem der äußere Kontext erhoben wurde, beginnen Sie mit der Klärung ihres inneren Kontextes. Anfangs soll erstmal Ihre innere Stimmung nach außen transportiert werden. Notieren Sie sich die entsprechenden Schlüsselwörter.

Schlüsselwörter sind Regungen die sich während eines Gesprächs in Ihrem inneren melden. Sozusagen einen inneren Zwiespalt auslösen. Schlüsselwörter können sein:

Mutig; Kraftlos; unnachgiebig; abwesend, genervt; gelangweilt; frustriert; Risikobereit

Bringen Sie ihr inneres Anliegen nach außen und geben Sie ihm eine Stimme. Wenn Sie merken, in ihnen ist ein Teil, der bei bestimmten Themen unnachgiebig ist, können Sie damit in einen Dialog treten und diesen Teil dazu einladen, sich zu äußern. Vielleicht gibt es einen Grund, warum gerade jener sich in dieser Situation meldet. Alle versteckten Emotionen dürfen sich jetzt aus dem Untergrund melden.

Kontrollieren Sie vorher, was bei ihnen in der Vergangenheit beim Gespräch Ängste hervorgerufen hat. Geben Sie diesen einen Freiraum und notieren Sie sie ebenfalls. Was genau löst dieses Gefühl aus und was empfinden Sie dabei?

Als nächsten Schritt klären Sie, was Sie verändern möchten. Was ist Ihr Ziel beim nächsten Kundentermin.

Was ist für Sie ein Auslöser und welche Rolle spielt dabei Ihr eigenes Verhaltensmuster (Typologie nach Riemann-Thomann). Was war die Ausgangsposition vom Konflikt und wie fühlten Sie sich zu diesem Zeitpunkt?

Wie schätzen Sie das Potenzial für einen Konflikt ein? Gehen Sie alle Punkte genau durch und analysieren Sie, wo Konfliktpotenzial vorhanden ist. Überlegen Sie, wie Sie damit umgehen. Als höchste Gewichtung steht die Beziehungsdefinition zwischen ihnen und dem Kunden. Ist bspw. eine hohe Abhängigkeit vom Kunden gegeben, wird sich der Konflikt eher zu Gunsten des Kunden klären. Abhängig davon sollten Sie zu folgenden Aspekten eine Gewichtung und Bewertung erstellen:

Kundenwichtigkeit nach den Kategorien a-b-c; Abhängigkeit im Markt; Potenzial; Absatzstärke. Mit der Erhebung vom äußeren Kontext können Sie veranschaulichen, wer welche Macht hat oder ausübt und wie die zukünftigen Rahmenbedingungen für das Kundenmanagement aussehen.

Je nach Typologie (Riemann-Thomann-Modell) wird der Ausgang ein anderer sein. Gesprächspartner mit einer Nähe-Tendenz lassen den Konflikt eher auslaufen und wollen keine weitere Verschlechterung der Beziehung (sorgen sich um das Beziehungsklima). Sie streben nach einer raschen Einigung. Partner mit einer Dauer- oder Distanz-Tendenz hingegen haben den Drang zu Qualität und Perfektionismus. Diese Typen haben einen ausgeprägten Hang zur Gerechtigkeit. Möglicherweise wird der Konflikt komplett neu aufgerollt und nach der Ursache oder Schuldigen gesucht. Partner mit einer Wechsel-Tendenz suchen nach einer Lösung, die für beide Parteien verträglich ist. Der Fokus liegt im Loslassen und mit Blick auf eine weitere Beziehung.

Auf meiner Homepage finden Sie eine visualisierte Erhebung unter „Themenzentrierte Interaktion“ aus einem Workshop.

Ich wünsche Ihnen alles Gute.

Herzlichst

Werner Gasser-Grape

KUBIS Vertriebsmarketing-Seminare
Wolkerweg 13 81375 München
www.kubis-service.de