

Stellen Sie sich vor: Sie werden gebeten, eine Präsentation zu dem Status eines Ihrer Projekte kurzfristig zu halten. Oder Sie bereiten sich auf einen wichtigen Kundenbesuch vor. Jedoch Sie haben keine Idee, welche Fakten zu Ihrem Produkt oder Ihrer Dienstleistung, die Sie anbieten möchten, für den Kunden von Interesse und somit verkaufsfördernd sein könnten.

Da kann vielleicht eine einfach anwendbare Methode helfen. Wie wäre es mit 4-MAT? Der VDI-Arbeitskreis Entwicklung-Konstruktion-Vertrieb hatte den Unternehmensberater Phuc-An Tran (Real-Change, Amberg) eingeladen, der in einem interaktiven Workshop diese Methode erläuterte.

Der Ursprung der Methode 4-MAT

Dieser Begriff geht zurück auf die Untersuchungen von Bernice McCarthy, die herausgefunden hatte, dass es vier unterschiedliche Muster gibt, anhand der Kinder lernen. Kinder stellen sich innerlich Fragen, wenn ihnen etwas Neues vorgestellt wird. Es gibt die Warum-, die Was-, die Wie- und die Was-wäre-wenn-Kinder. Warum nicht dieses 4-Schritte-Gedankenmodell auf Präsentationen für Erwachsene anwenden?

Erster Schritt: Warum?

Im ersten Schritt könnten Sie sowohl das Problem erläutern, das der Kunde gelöst haben, als auch das Ziel, das er erreichen möchte. Dieser Schritt verdeutlicht dem Kunden die Bedeutung der nun kommenden Ausführungen für ihn selbst und steigert damit seine Aufmerksamkeit. Dabei ist es hilfreich, Problem und Lösung möglichst leicht begreifbar, anschaulich und bildhaft zu beschreiben. Wenn Sie beispielsweise eine Spritzgussmaschine verkaufen möchten, gilt es

hier auf der einen Seite eventuelle Prozess- und Qualitätsprobleme in der Produktion, auf der anderen Seite die mögliche Prozessstabilität und Qualität, die mittels der neuen Maschine erzielt werden können, zu beschreiben.

Zweiter Schritt: Was?

Jetzt berichten Sie alle erforderlichen technischen Daten und Fakten, nämlich was für Arten von Spritzgussteilen die Maschine fertigen kann, welche Leistung sie hat und wie hoch ihre Präzision ist.

Dritter Schritt: Wie?

Sodann können Sie erläutern, wie die Maschine funktioniert und wie der Kunde in ihren Besitz gelangen kann. An unserem Beispiel erläutert, können Sie erklären, wie die besonderen Funktionen der Spritzgussmaschine arbeiten. Schildern Sie Ihrem Kunden dann, welche Schritte zu tun sind, um in den Besitz der Maschine zu gelangen und erfolgreich in Betrieb zu nehmen. Dieser Schritt hat eine nicht zu unterschätzende Bedeutung, denn je besser Ihr Kunde sich bildlich vorstellen kann, wie die Maschine eingesetzt werden kann, umso eher wird er dies auch tun.

Vierter Schritt: Was wäre wenn?

Hier können Sie noch mal zusammenfassen, was Ihr Kunde erreicht haben wird, nachdem er die Maschine gekauft und über einem middle-

ren Zeitraum im Einsatz hatte, z.B. nach ein bis zwei Jahren. Denken Sie dazu an die Probleme, die er gelöst haben wird, die Chancen, die sich ihm durch die eingekaufte Technologie auf tun oder wie hoch die Produktivitätssteigerung sein wird. In bestimmten, vereinzelt Fällen könnten Sie beschreiben, was dem Kunden entgeht, wenn er die Spritzgussmaschine nicht besitzt.

Zusammenfassung

Einer der Workshop-Teilnehmer berichtete: „Dies ist eine einfache, jedoch effektive Methode, die man auf alltägliche, berufliche Situationen anwenden kann.“ Und ein anderer: „Wir Ingenieure neigen oft dazu, vorwiegend Fakten aufzuzählen. Jedoch ist es besser, die Fakten auch anschaulich und bildhaft zu präsentieren. Dies ist mir im heutigen Workshop bewusst geworden.“

Günter Schmid

VDI-AK Entwicklung-Konstruktion-Vertrieb

INFORMATIONEN



Für weiterführende Informationen oder Interesse an 4-MAT können Sie gerne mit dem Referenten Phuc-An Tran Kontakt aufnehmen <http://www.real-change.de/>