

B2B-Kundengespräche: Vom Bedarf zum gemeinsamen nächsten Schritt

B2B SALES SKILLS

Von Mario Pufahl · 26. September 2026

Ein gutes Kundengespräch schafft Klarheit über Problem, Wirkung und Entscheidung. Mit diesen Leitfragen bereiten Sie Ihren nächsten Dialog vor.

Bereiten Sie Hypothesen statt fertiger Antworten vor

Notieren Sie vor dem Gespräch, welche Herausforderung für den Kunden relevant sein könnte und worauf Ihre Vermutung beruht. Behandeln Sie sie als Frage, die Sie gemeinsam überprüfen. So nutzen Sie Ihre Vorbereitung, ohne dem Kunden eine fertige Diagnose aufzudrängen. Trennen Sie dabei bekannte Fakten von Annahmen.

Verstehen Sie die Auswirkung des Problems

Fragen Sie, wo das Problem konkret sichtbar wird, wen es betrifft und welche Folgen es im Alltag hat. Ein langsamer Prozess ist erst dann ein belastbares Vertriebsthema, wenn seine Konsequenzen verstanden sind. Geht Zeit verloren? Verzögert sich eine Entscheidung? Entsteht Nacharbeit? Lassen Sie den Kunden beschreiben, woran eine Verbesserung erkennbar wäre.

Klären Sie, wie entschieden wird

Ein überzeugter Gesprächspartner bedeutet noch keine gemeinsame Kaufentscheidung. Fragen Sie nach Beteiligten, Bewertungskriterien und erforderlichen Freigaben. Welche Perspektive fehlt bislang? Wer muss Nutzen und Aufwand beurteilen? Welche Informationen werden benötigt? Diese Fragen helfen, den nächsten Schritt an den tatsächlichen Entscheidungsprozess anzupassen.

Fassen Sie Ihr Verständnis überprüfbar zusammen

Spiegeln Sie dem Kunden Problem, gewünschte Wirkung und offene Punkte zurück. Bitten Sie ausdrücklich um Korrektur. Eine kurze, gemeinsam bestätigte Zusammenfassung ist wertvoller als eine lange Präsentation auf Basis unklarer Annahmen. Halten Sie auch fest, was Sie noch nicht wissen.

Vereinbaren Sie einen Schritt mit erkennbarem Zweck

Ein Folgetermin sollte eine konkrete Frage beantworten. Legen Sie gemeinsam fest, was geklärt werden soll, wer dafür beteiligt sein muss und welche Vorbereitung erforderlich ist. Ein möglicher Schritt ist ein Gespräch mit einer weiteren Fachverantwortlichen, um eine Nutzenannahme zu prüfen. Versprechen Sie keine Ergebnisse, die Sie noch nicht belegen können.

Reflektieren Sie Ihren eigenen Beitrag

Prüfen Sie nach dem Gespräch: Habe ich mehr verstanden als vorher? Hat der Kunde mehr Klarheit gewonnen? Ist der nächste Schritt für beide Seiten sinnvoll? Wenn Sie diese Fragen nicht beantworten können, lohnt sich eine gezielte Rückfrage. Die Zahl Ihrer Gespräche allein sagt wenig darüber aus, wie hilfreich Sie im Entscheidungsprozess sind.

Artikel online: <https://www.sales-decoded.com/b2b-kundengespraech.html>