



Menschen-Typen und Verkauf

In die Feinheiten der Kundenbetreuung und Mitarbeiterführung wollten sich die 20 Teilnehmerinnen des Vortrags „Persönlichkeitsprofile - Einschätzung von Menschen“ einführen lassen.

ELLWANGEN ■ Ursprünglich hatte die Frauen-, Familien-, und Jugendreferentin der Stadt Ellwangen, Evi Saur, zu einem Vortrag über das Thema Projektmanagement eingeladen.

Da die Rednerin allerdings krankheitsbedingt absagen musste, sprang Gabriele Dolensky-Frank ein, die die Gäste innerhalb einer knappen Stunde in die Kunst der Personalführung und Kundenbetreuung einführen wollte.

Neben lustigen Zeichnungen bildete

vor allem die „DISG - Methode“ die Grundlage für Dolensky-Frank.

Demnach gebe es vier Kategorien, in die jeder Mensch mehr oder weniger einzuordnen sei: Dominant, initiativ, stetig und gewissenhaft. Indem man seinen Gesprächspartner der richtigen Kategorie zuordne, könne man wesentlich besser auf diesen eingehen.

Auch um Beispiele war die Personalberaterin nicht verlegen. So habe sie ihren 16-jährigen Sohn erst richtig verstanden, seit sie wisse, dass er ein „Hoch-G (gewissenhaften)-Typ“ sei.

Wie man den verschiedenen Typen einen Stuhl verkauft, gehörte ebenfalls zum Wissensschatz von Dolensky-Frank. Den dominanten „D-Typ“ könne man demnach am besten überzeugen, indem man kurz und knapp alle notwendigen Dinge sage und ihn dann ent-

scheiden lasse. Während man einem initiativen „I-Typ“ am besten eine spannende Geschichte zu diesem Stuhl erzählen solle, möge es der stetige „S-Typ“ eher intim. Der Hinweis, er könne den Kauf ja noch eine Nacht überschlafen und gegebenenfalls auch nachts bei ihr zu Hause anrufen, überzeuge diesen auf jeden Fall. Eher trocken und sachlich komme der gewissenhafte „G-Typ“ zu einer Entscheidung. Er wolle einfach alle erhältlichen Prospekte in Ruhe durchlesen.

Der Vortrag im „Roten Ochsen“ wurde von Evi Saur als Fortsetzung der Veranstaltung „www-Weibliche Wirtschaftskraft Ostwürttemberg“ gesehen, die vergangenes Jahr in Aalen mit großem Erfolg angeboten wurde. Ziel sei es, die weibliche Wirtschaftskraft zu vernetzen und zu stärken.