



Leo Sucharewicz plädiert bei der Softwarepräsentation für einen emotionaleren und individuelleren Stil

Software im richtigen Licht

Potentielle Kunden erleben bei der Präsentation eine Software zum erstmal »live« - und werden häufig enttäuscht. Die Erwartungshaltung bei den Interessenten ist vom Vertrieb hochgeschraubt. Viele Softwareanbieter dilettieren jedoch in der Präsentation.

Trotz exzellenter Produkte entsteht beim Kunden durch eine unprofessionelle Präsentation oftmals ein negativer Eindruck, der die Kaufentscheidung beeinflusst. Ursachen für die Präsentationsschwierigkeiten sind das verbreitete Primat der Technik und die fehlende Verkaufs- und lernpsychologische Ausbildung der Präsentanten. Abhilfe verspricht das zweitägige Training der Münchner Spezialagentur electronic promotion. Eingefügt in einen festen Marketing-Kontext wird hier die spezifische Methodik-Didaktik der Software-Präsentation vermittelt.

Ein weißer Fleck im EDV-Marketing

Innerhalb des Marketings ist die Software-Präsentation ein neural-

gischer Punkt, dessen Bedeutung für die Kaufentscheidung unterschätzt wird. Viele Präsentanten sind zu gut mit der technischen Seite der Software vertraut und bewegen sich leichtfüßig von einem Feature zum anderen. Ergebnis: Der interessierte Zuschauer wird »abgehängt«, der kritische schaltet innerlich ab. Ein Phänomen, das **Dipl. sc. pol. Leo Sucharewicz**, Leiter des neuen Trainings von electronic promotion, wie folgt beschreibt: »Selbst grundlegende Regeln der Rhetorik und Körpersprache werden nicht beachtet«. Praktische Erlebnisse und Erfahrungen auf Messen und bei Inhouse-Präsentationen sowie die Ergebnisse einer Querschnitt-Umfrage unter Teilnehmern von Software-Präsentationen flossen in das Basiskonzept des neuen Trainings mit ein.

Die Defizite in Rhetorik, Körpersprache und einer spezifischen Methodik-Didaktik zündeten zwar die Idee, sind jedoch nur Teilaspekte. Das ganzheitliche Trainingskonzept berücksichtigt auch spezifische Komponenten wie Verkaufspsychologie, sprachpsychologischer Schliff, taktische Vertriebsziele, Zielgruppenan-

sprache, aber auch die Farbpsychologie und Topologie des Bildschirms sowie Organisation und Technik der Software-Präsentation.

Unsichtbare Differenzen

Eines der Hauptprobleme der üblichen Software-Präsentationen ist das Primat der Technik. Häufig haben sie die Software selbst mitentwickelt, zumindest aber die verschiedenen Entwicklungsstadien frühzeitig verfolgt. Die logische Konsequenz: ein völlig anderer Zugang zur Software als der Zuschauer. Eine unsichtbare Wand entsteht, die jede Kommunikation unmöglich macht.

Fazit: Bei der Software-Präsentation muß der »technische« Standpunkt in den Hintergrund treten, um einen leichten und intellektuell komfortablen Nachvollzug zu ermöglichen. Und damit die naive Vorstellung, kritische Teilnehmer ließen sich mit Argumenten wie »Das System weiß« oder »Das System kann« überzeugen. Scheinbar banal, doch auch »Präsentations-Profis« fallen in schwierigen Situationen immer wieder in dieses Präsentationsschema zurück.

Methodik-Didaktik der Software-Präsentation

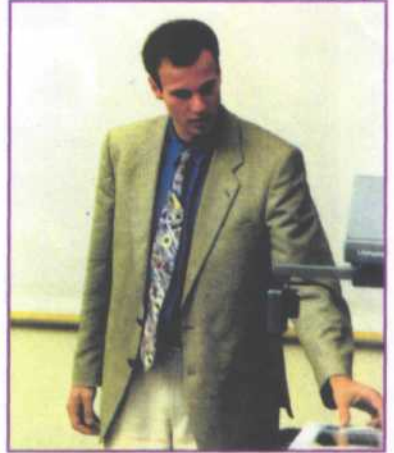
Die Präsentation wird in der Softwarebranche nur selten problematisiert. Ein folgenschwerer Fehler, denn Software besitzt im Gegensatz zu »objektiven« Gegenständen - wie beispielsweise Autos - nur bedingt ein »Aussehen«. Der unbedarfte Betrachter kann sich daher kein konkretes Bild machen. Müßte man ein Auto in völliger Dunkelheit präsentieren, indem man einzelne Bauteile mit einer Taschenlampe beleuchtet, käme man schon sehr nahe an die Software-Präsentation heran. Springt dabei der Lichtkegel vom rechten Hinterrad zum Handschuhfach und weiter zum Lenkrad, ist der »Informations-Crash« vorprogrammiert. Gefragt ist ein durchdachter und behutsamer Ablauf, der beim Betrachter ein

organisch wachsendes Bild entstehen läßt.

Erstaunliche Ergebnisse lieferte eine Untersuchung von electronic promotion über die betriebswirtschaftliche Einordnung der Software-Präsentation: »Weder die Kosten pro Teilnehmer noch der Kostenanteil am Gesamtvertrieb sind bekannt«, so **Leo Sucharzewicz**, »dabei wird die Bedeutung der Software-Präsentation unterschätzt: Immerhin münden oft sämtliche vertrieblichen Anstrengungen in die Präsentation.«

»leidenschaftliche Professionalität«

Das Syndrom ist bekannt, weit verbreitet und bei allen Präsentanten gefürchtet: Ein gutes Produkt, eine leidlich organisierte Präsentation - und die Blicke der Teilnehmer hängen dennoch an der Uhr. Der Aktivierung und Animierung des Publikums ist daher ein weiterer Trainingsblock gewidmet, der bei den Trainings Teilnehmern häufig Erstaunen und engagierte Diskussionen provoziert. **Leo Sucharzewicz** plädiert hier für einen emotionaleren und individuelleren Präsentationsstil. »Die Software-Präsentation ist heute viel zu leidenschaftslos, zu funktional und zu sachlich. Ein guter Präsentant muß auch die Mindestdosis Entertainment liefern, Glaubwürdigkeit vermitteln und: den richtigen Draht zu den Teilnehmern haben.« Mit diesen Voraussetzungen werden weitere Ziele - dynamische und charismatische Präsentation - erreichbar.



Jörg Berthold als Softwareentwickler ist der Meinung, daß bei der Software-Präsentation der »technische« Standpunkt in den Hintergrund treten muß, um einen leichten und intellektuell komfortablen Nachvollzug zu ermöglichen

Trainings-»Werkstatt«

Mit Werkzeugen umzugehen will ebenso gelernt sein. In den zwei Trainingstagen wird eine umfangreiche Sammlung wertvoller sprachlicher Kniffe vermittelt, praktische Tips und Tricks zur Vorbereitung und im Technik-Handling gegeben und aufgelistet. Ergebnis: Ein kräftiger Qualifizierungsschub für die Präsentanten. Mehrere Checklisten bieten in kritischen Situationen Halt. Die zwei Trainingstage bieten ein außergewöhnlich dichtgedrängtes Programm, das maximalen kreativen Einsatz von den Teilnehmern erfordert und die Bereitschaft, sich dem permanenten Videoeinsatz und dessen gnadenloser Kritik auszuliefern. Nicht wenige Teilnehmer wünschen sich deshalb eine Art »Auffrischkurs« nach zwei oder drei Monaten und einen dritten Trainingstag. Das letztendliche Ziel des Trainings ist, das Erfolgspotential der Software-Präsentation voll auszuschöpfen, die Kaufentscheidung zu dynamisieren und unter den Teilnehmern Begehrlichkeit mit Methode zu wecken.