

Kumentypen verstehen mit HBDI: 4 Farben, die Kundengespräche verändern

Kommunikation und Wirkung stärken

Kundengespräche laufen nicht immer rund - oft liegt das weniger an der Sache, sondern an unterschiedlichen Denk- und Kommunikationsstilen. Wer diese versteht, kann Missverständnisse vermeiden und Beziehungen gezielt stärken.

In diesem praxisorientierten Seminar lernen Sie das HBDI-Modell (Whole Brain Thinking) kennen und erfahren, wie Sie Ihre Gesprächsstrategien auf verschiedene Kundentypen abstimmen. Ob analytisch, emotional, strukturiert oder kreativ - Sie erkennen, wie Ihr Gegenüber „tickt“ und reagieren mit der passenden Ansprache.

Mit kurzen Übungen, Alltagssituationen und Rollenspielen entwickeln Sie neue Verhaltensoptionen für schwierige Gesprächssituationen und steigern Ihre Wirkung - sofort umsetzbar im Berufsalltag.

Ihr Gewinn: Sie kommunizieren bewusster, wirken souveräner und schaffen mehr Vertrauen - die Basis für erfolgreiche Kundengespräche.

Kumentypen verstehen mit HBDI: 4 Farben, die Kundengespräche verändern

Date

Tuesday, September 15, 2026

Time

09.00 - 17.30

Language

German

Course type

Seminar

Location

Raum Luzern

Cost per person (excl. VAT)

CHF 980 .- (for shqa members)

CHF 1'480 .- (for non-members)

Included in this fee: seminar documents and confirmation of participation

Contact persons



Carla Rentsch

+41 41 500 07 83



Patricia Zürcher

+41 41 500 07 87

Lernziele

- Sie kennen das HBDI-Modell (Whole Brain Thinking) und können typische Verhaltensmuster den vier Denkpräferenzen zuordnen.
- Sie sind in der Lage, eigene Kommunikationsstrategien zielgruppengerecht an unterschiedliche Denkstile anzupassen.
- Sie reflektieren konkrete Gesprächssituationen aus dem Berufsalltag und entwickeln neue Verhaltensoptionen für den Umgang mit „schwierigen“ Kundentypen.
- Sie wenden das Gelernte in kurzen Rollenspielen und Übungen an und erhalten strukturiertes Feedback zur Wirkung.

Zeithorizont: Umsetzung und Anwendung unmittelbar nach dem Seminar möglich (Quick-Wins).

Zielgruppe

- Mitarbeitende mit Kundenkontakte in der Pharma-Branche
- Aussendienstmitarbeitende, KAMs, Medicals mit Kundenkontakt
- Führungskräfte, die ihre Teams in der Gesprächsführung entwickeln wollen
- Personen, die bereits Verkaufstrainings besucht haben und ihre Wirkung weiter verbessern möchten

Keine Vorkenntnisse im HBDI-Modell nötig

Inhalte

- Überblick HBDI-Modell: Vier Denkstile
- Merkmale im Kommunikationsverhalten, Entscheidungsstil, Tempo, Bedürfnislage
- Typische Missverständnisse in Verkaufsgesprächen
- Strategien zur besseren Verständigung mit konträren Denkstilen
- Wirkung auf Gesprächsführung, Vertrauen, Abschlussqualität
- Denkstil-typische Bedürfnisse in der Gesprächsführung richtig einordnen und adressieren bei Einwänden, in der Argumentation oder beim Gesprächsabschluss

Relevanz

- Höhere Wirkung im Kundengespräch durch typgerechte Kommunikation
- Missverständnisse und unnötige Reibung vermeiden
- Eigene Wirkung bewusster steuern
- Vertrauen aufbauen – auch bei „schwierigen“ Kundentypen
- HBDI-Modell als wertvolle Ergänzung für erfahrene Verkaufsprofis, auch ohne Selbsttest, und ein hilfreicher Einstieg für neue Mitarbeitende in die kundenzentrierte Beratung.

Didaktik

Interaktives Format mit kurzen Inputs im Wechsel mit aktivierenden und umsetzungsorientierten Sequenzen

- 4-Farben-Übung (HBDI-Anwendung auf Kundentypen)
- Gruppengespräche mit Alltagsbeispielen und Mini-Rollenspielen
- Transferreflexion: Learnings für den eigenen Vertriebsstil



Nicola Martucci
Owner & CEO
valimeo AG