



GEKONNT HERAUSSTECHEN

SELBSTMARKETING \\ Der erste Eindruck - er ist nicht nur bei Bewerbungsgesprächen oft von entscheidender Bedeutung, auch bei Verkaufsgesprächen. Denn von ihm hängt ab, wie das weitere Gespräch verläuft. Also sollten Sie den ersten Eindruck, den Sie machen, gezielt gestalten. \\ Ingo Vogel

Sie treffen zum ersten Mal eine Person. Und noch während die Person auf Sie zu geht, ist sie Ihnen sympathisch - noch bevor der Mann oder die Frau ein Wort sagt. Entsprechend offen reagieren Sie. Oder umgekehrt: Eine Person ist Ihnen auf Anhieb unsympathisch. Entsprechend cool bleiben sie.

Gewiss haben Sie das schon mal erlebt und sich gefragt: „Wie ist das möglich? Das ist doch völlig irrational!“ Stimmt! Aber wie Ihnen geht es allen Menschen. Wenn wir jemandem zum ersten Mal treffen, entscheidet sich meist binnen weniger Augenblicke, wie der Kontakt verläuft.

JETZT KOMMT'S DRAUF AN

Sind Sie und Ihr Gesprächspartner sich sympathisch, werfen Sie sich wechselseitig die Bälle zu. Entsprechend locker und

unverkrampt ist das Gespräch. Sind Sie Ihrem Partner hingegen unsympathisch, verläuft das Gespräch stockend. Und Sie haben permanent das Gefühl: Die Chemie stimmt nicht; ich komme an meinen Gesprächspartner nicht ran. Das wirkt sich auch auf das Ergebnis aus.

Wenn wir einen Menschen zum ersten Mal treffen, ist er in der Regel für uns ein „unbeschriebenes Blatt“ - und wir sind es für ihn. Wir haben zwar eventuell eine Vorstellung, wie der andere sein könnte. Doch noch sind wir bereit, dieses Bild schnell zu revidieren.

Aber was geschieht genau in diesem Moment? Dies sei an einem Beispiel illustriert. Nehmen wir an, Sie haben ein Vorstellungsgespräch beim Personalleiter eines Unternehmens. Sie klopfen an die Tür von dessen Büro. Ein „Herein“ ertönt. Sie öff-

nen die Tür, spähen in den Raum und orten Ihren Gesprächspartner am Schreibtisch.

Während Sie die Türschwelle betreten, schaut der Personalleiter hoch, steht auf, signalisiert Ihnen „Treten Sie ein“ und kommt auf Sie zu. In den wenigen Sekunden, die bis zum begrüßenden Händedruck verstreichen, hat sich meist bereits bei beiden Beteiligten der erste Eindruck gebildet.

VORSICHT VOR DER „MITTLEREN SCHUBLADE“

Als Folge hiervon werden Sie in eine der drei Schubladen gesteckt, die Ihr Schicksal bedeuten. Auf diesen kann zum Beispiel „unsympathisch“, „nichtssagend“ und „sympathisch“ stehen. Oder: „Blasse Type“, „08/15-Bewerber“ und „Interessanter Kandidat“. Gemeinsam ist ihnen: Sie können die Schubladen nur schwer wieder öffnen.

Das Einsortieren erfolgt anhand vieler Faktoren. Diese lassen sich drei Kategorien zuordnen:

- Erscheinungsbild (wie Kleidung und Statur)
- Körpersprache (wie Haltung, Gang und Mimik)
- Sprache (wie Wortwahl und Sprechweise)

Letztlich entscheiden also Äußerlichkeiten darüber, ob Ihnen jemand seine Gunst schenkt.

Am schlimmsten ist die mittlere Schublade - also die Schublade, auf der zum Beispiel „nichtssagend“ steht. Oder „08/15-Bewerber“. Wenn Sie in diese Schublade gesteckt werden, bedeutet dies: Sie hinterlassen keine individuelle Duftnote. Sie sind austauschbar.

ZEIGEN SIE PROFIL!

Haben Sie den Mut, etwas anders als Ihre Mitbewerber zu sein. Zum Beispiel aufgrund Ihrer Art, sich zu kleiden. Oder wie Sie die Begrüßung gestalten. Oder wie Sie auf Aussagen reagieren.

Und vertreten Sie auch einmal eine andere Meinung als Ihr Gesprächspartner - selbst auf die Gefahr hin, dass dieser Sie verdutzt anschaut! Denn dies bedeutet: Sie haben seine Aufmerksamkeit geweckt. Er nimmt Sie wahr. Also ist die Basis für eine echte Kommunikation gelegt.

ERSTEN EINDRUCK GEZIELT BEEINFLUSSEN

Doch wie genau entsteht der erste Eindruck? Zurück zum Beispiel: Sie laufen auf

die unbekannte Person zu. Was nehmen Sie zuerst wahr? Richtig, das äußere Erscheinungsbild.

Also zum Beispiel die Kleidung. Sie ist ein wichtiges Instrument, um die gewünschte Botschaft an andere Personen zu senden. Zum Beispiel: Ich bin seriös. Oder: Ich bin wertkonservativ. Oder: Ich bin kreativ. Also sollten Sie die passende Kleidung wählen.

Als nächstes registrieren Sie die Körpersprache. Hierzu zählen unsere Haltung und unser Gang; des Weiteren unsere Mimik und unser Blick. Aber auch, ob unser Hän-

dedruck eher zupackend oder lasch, warm oder kalt ist.

AUTHENTISCH UND GLAUBWÜRDIG BLEIBEN

Unsere Körpersprache offenbart Vieles - meist ohne dass uns dies bewusst ist. Was folgt daraus? Müssen wir unsere Körper-

sprache gezielt steuern - also sozusagen auf Knopfdruck ein Lächeln oder Naserümpfen zeigen?

Nein, denn dann verlieren wir unser höchstes Gut: unsere Glaubwürdigkeit und Authentizität.

Auch das haben Sie gewiss schon erlebt. Zum Beispiel, wenn ein Verkäufer Sie mit zuckersüßem Lächeln und ausgewählter Freundlichkeit bediente, Sie jedoch instinktiv spürten „Das kommt nicht von Herzen“ und folglich dachten „Falsche Schlange“.

Denn unsere Körpersprache spiegelt unsere Empfindungen und Einstellungen wider. Also kann der Tipp nur lauten: Versetzen Sie sich, bevor Sie zum Beispiel in einem Bewerbungsgespräch dem Personalleiter eines Unternehmens gegenüber treten, in die adäquate Stimmung.

Zum Beispiel, indem Sie, wenn Sie schlecht drauf sind, aber gut „ankommen“ möchten, zuvor im Auto Grimassen schneiden oder an schöne Erlebnisse denken. Sie werden merken: Ihre Stimmung ändert sich - und damit auch Ihre Stimme.

Denn wichtig für den ersten Eindruck ist auch unsere Sprache. Zum Beispiel, ob wir langsam oder schnell, laut oder leise sprechen. Von besonderer Bedeutung sind jedoch die Lautstärke und Deutlichkeit der Aussprache. Diese entscheiden darüber, ob wir sicher oder unsicher, engagiert oder eher unbeteiligt wirken.

FAZIT

Sie sehen: Der erste Eindruck wird durch viele Faktoren beeinflusst. Entsprechend viele Stellschrauben gibt es, an denen Sie drehen können, um den gewünschten Eindruck zu hinterlassen. \ \



LITERATURTIPP

Kunden begeistern

Nur Unternehmen und Verkäufer, denen es gelingt, eine emotionale Kundenansprache als Gesamtphilosophie umzusetzen, werden auch langfristig am Markt überleben. Und das vielleicht Beste dabei: Eine emotionale Kundenansprache erreichen Sie, so wie Sie sind, mit dem, was Sie können, und mit Ihrer individuellen Persönlichkeit. Ohne Tricks oder eine Technik anwenden, sich verbiegen oder gar unehrlich sein zu müssen. Denn emotionales Verkaufen nutzt, fördert und verstärkt Ihre individuellen Potenziale.

Verkaufs einfach emotional

Autor: Ingo Vogel
ISBN: 978-3-86936-667-8
Verlag: Gabal



\ \ AUTOR

Ingo Vogel ist Rhetorik- und Verkaufstrainer sowie Experte für emotionale Verkaufsrhetorik.

➔ SCHLAGWORTE

Alle Fachbeiträge unter www.baugewerbe-magazin.de \ Rubrik „Fachmedien“

Schlagworte: Vertrieb

