

Capital

WIRTSCHAFT IST GESELLSCHAFT

Folgen Sie uns:     

Suche



KOMMENTARE & DEBATTEN

GELD & VERSICHERUNGEN

SPECIALS

IMMOBILIEN

EVENTS

DAS MAGAZIN

 Teilen
  Tweet
  +1


MEIST GELESEN

LIGATUS

MANAGEMENT

DIE 5 GRÖSSTEN KOMMUNIKATIONSKILLER

08. Sep 2016, Ilona Lindenau

Der Weg zum Erfolg ist voller Fettnäpfchen. Ilona Lindenau zeigt, was man in der Kommunikation alles falsch machen kann.



Es muss ja nicht gleich ein Megafon, man kann auch ohne Lautsprecher eine Menge falsch machen in der Kommunikation © Getty Images

Ilona Lindenau ist Vortragsrednerin, Trainerin und Coach. Ihre Themen: Kundenkommunikation, Klarheit und Effizienz, Präsentation und Motivation. Im Frühjahr erschien ihr Buch „Der Kundenflüsterer - so begeistern Sie Ihre Kunden“. Weitere Informationen www.ilonalindenau.de



In Unternehmen gibt es viele Verkäufer: Ob Führungskraft, Berater, Marketingmitarbeiter, Concierge, Jurist oder Callcenter-Agent - wir verkaufen täglich uns selbst, unsere Ideen, Philosophien, Produkte und das Unternehmen, das wir repräsentieren. Ob wir unser Gegenüber dabei von uns und unseren Anliegen überzeugen oder in die Flucht treiben, hängt nicht zuletzt von der Art unserer Kommunikation ab:

#1: VOR LAUTER REDEN NICHTS HÖREN

Viele verwechseln ein Verkaufs- oder Beratungsgespräch mit einem Monolog. Quasselstricken begehen gleich mehrere Kardinalfehler:

- Sie achten weder auf Mimik, Gestik oder Blickkontakt.
- Sie ballern ihre Zuhörer mit Informationen zu, was jeden Dialog im Keim erstickt.
- In ihrer Verkaufswut bemerken sie nicht mal, wenn sie die Verbundenheit ihres Gegenübers schon längst verloren haben.

Ein am Kunden orientierter Dialog sieht anders aus:

- Versuchen Sie, mindestens genauso viel zuzuhören, wie Sie selbst reden.
- Ihr Ziel ist klar, die Zeit ist knapp? Drosseln Sie Ihr Tempo dennoch so weit, dass Ihr Gegenüber Ihnen jederzeit folgen kann. Ein verlorener Zuhörer führt nie zum Ziel.

TIPP DER WOCHE – LUFTHANSA

Die Aussichten für die Fluglinie sind trotz zuletzt positiver...

ES GEHT WIEDER AUFWÄRTS MIT DEN PREISEN...

...dagegen lassen die Zinsanhebungen...

WAFFENTHEATER UM RAKETENABWEHR

Das Milliardenprojekt Meads zeigt, wie Kungelei und...

ETF-VERKAUFSSCHLAGER MIT SCHWÄCHEN

ETF-Anbieter setzen zunehmend auf...



WIRTSCHAFT ANDERS ERZÄHLT – DAS GANZE SEHEN MIT DER NEUEN CAPITAL. ZUM ABONNEMENT

IHRE CHANCEN, IHRE RISIKEN 2016 – JETZT MITMACHEN: DER CAPITAL-DEPOTCHECK



DAS MAGAZIN MIT VIELEN EXTRAS ALS APP. ZUR IPAD-APP



AUS DEM NETZWERK

LIGATUS

FREUNET.DE

Schauspieler löschen ihr Alter aus dem Internet

FREUNET.DE

Sachsens Innenminister Ulbig sucht weiter Dialog mit Pegida-Bewegung

N-TV.DE

- Lassen Sie Ihre Wunschvorstellungen nicht alles dominieren. Gehen Sie auf die Bedürfnisse Ihres Gegenübers ein und berücksichtigen Sie diese bei der Beratung.

#2: VOR LAUTER ROLLENSPIEL SICH SELBST VERLIEREN

Sie sind geschult in Rhetorik, Präsentationstechnik und Körpersprache und wissen, wie Sie sich bewegen und sprechen sollten, um einen bestimmten Eindruck beim Gegenüber zu erzielen. Und doch haben Sie manchmal das Gefühl, Ihr Gegenüber mit nichts zu erreichen. Warum?

- Ihre antrainierte Art entspricht viel zu wenig Ihrem Selbst. Sie verlieren mit jedem einstudierten Agieren an Authentizität. Das spürt Ihr Gegenüber und fühlt sich abgestoßen.

- Beispiel Kleidung: In Ihrem Unternehmen besteht Anzugspflicht. Sie wirken im Anzug allerdings immer so, als seien Sie auf dem Weg zur eigenen Konfirmation.

- Beispiel Gesprächsleitfaden: Aus Angst, etwas falsch zu machen, klammern Sie sich an vorgegebene Formulierungen für Kundengespräche. Dabei bleibt Ihre Individualität auf der Strecke.

Auch wenn Sie glauben, Sie seien ein guter Schauspieler – falsches Spiel wird oft enttarnt. Bewahren Sie sich trotz Vorgaben Authentizität:

- Gehen Sie spielerisch mit der Kleiderordnung um. Statt eines schwarzen oder grauen Anzugs können Sie auch einen dunkelblauen tragen. Individualität lässt sich auch mit Accessoires ausdrücken, die Ihrem persönlichen Typ entsprechen. Je wohler Sie sich in Ihrem Outfit fühlen, desto überzeugender ist Ihre Ausstrahlung.
- Erlauben Sie sich trotz strenger Gesprächsleitfäden eine persönliche Note im Kundendialog. Niemand möchte mit Einheitsformulierungen abgespeist werden. Schließlich sind Sie kein Roboter, sondern ein menschliches Individuum. Das darf sich auch im Dialog widerspiegeln.
- Seien Sie wahrhaftig. Je weniger Sie sich selbst vormachen und je bewusster Sie sich Ihrer selbst sind, desto authentischer wirken Sie auch auf andere. Und wer authentisch ist, dem glaubt man eher als einem mäßig begabten Schauspieler.

#3: VOR LAUTER VERKAUFEN NICHTS GESPÜRT

In vielen Firmen hält sich hartnäckig das Gerücht, Emotionen hätten im Geschäftsleben nichts zu suchen. Weitgefehlt! Wie sonst wollen wir Überzeugungen beim Gegenüber wecken, wenn nicht durch das Stimulieren von Gefühlen?

- Wer kein Gespür für die Stimmung seines Gesprächspartners entwickelt, kann keine echte Verbindung zu ihm herstellen. Einfühlungsvermögen ist essentiell beim Verkaufen – egal, ob es ums Werben für Verständnis, Partizipation oder ein Produkt geht.
- Starre Routinen und straffe Zeitpläne erlauben wenig Spielraum für das Erfassen emotionaler Bedürfnisse Ihres Gegenübers. Wer aber ständig stur an Gefühlslage und Bedürfnissen vorbei agiert, wird sein Gegenüber vollends verlieren.
- Wer sich mit seinem Gegenüber nicht beschäftigt, wird es viel schwerer haben, vertrauensvolle Nähe aufzubauen. Diese ist aber wichtig, wenn wir etwas verkaufen wollen.

Investieren Sie in die Kundenbeziehung. Bauen Sie eine emotionale Verbindung zu Ihrem Gegenüber auf:

- Nehmen Sie sich genug Zeit für jedes Gespräch.
- Schaffen Sie eine Gesprächsatmosphäre, bei der sich Ihr Gegenüber wohlfühlt.
- Lassen Sie sich auf Ihr Gegenüber ein: Hören Sie gut zu, reagieren Sie auf Fragen oder Kritik.
- Entwickeln Sie ein Gespür für Gefühle, Probleme, Ängste, Hoffnungen und Träume Ihres Gesprächspartners. Stellen Sie Ihr Verkaufs Anliegen in den Hintergrund.

#4: VOR LAUTER INTERPRETIEREN NICHTS ERFAHREN



Ilona Lindenau
Der Kundenflüsterer
So begeistern Sie Ihre Kunden

GABAL

Ilona Lindenaus Buch ist im Gabel Verlag erschienen

Mein Shirt, meine Jeans, mein Look: Erfolgsmenschen kennen nur ein Outfit

CHEFKOCH.DE

Ramen – japanische Nudelsuppe mit feiner Brühe

DAS CAPITAL E-MAGAZINE IM DESKTOPREADER FÜR DIGITAL- UND UPGRADE-ABONNENTEN



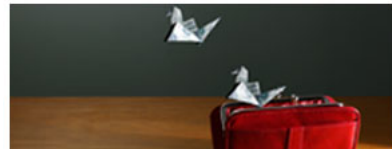
IHRE PERSÖNLICHEN FINANZEN



Mit unseren Rechnern und Vergleichen finden Sie die besten Konditionen.

- ▶ TAGESGELD-VERGLEICH
- ▶ FESTGELD-VERGLEICH
- ▶ GIROKONTO-VERGLEICH
- ▶ SPARBRIEF-VERGLEICH
- ▶ RATENKREDIT-VERGLEICH
- ▶ AUTOKREDIT-VERGLEICH
- ▶ DEPOTBANK-VERGLEICH
- ▶ RENDITE-RECHNER

IHRE EIGENEN VIER WÄNDE



Sie wollen bauen oder Wohneigentum erwerben? Unsere Rechner und Vergleichstools weisen den Weg zum besten Angebot.

- ▶ BAUGELD-VERGLEICH
- ▶ GRUNDBUCH-RECHNER
- ▶ EIGENHEIM-RECHNER
- ▶ TILGUNGS-RECHNER
- ▶ BAUSPAR-BERATER
- ▶ ANGEBOTS-VERGLEICH

BILDERSTRECKE



Wichtiges Wirtschaftswissen anhand von Bildern erzählt
MEHR BILDERSTRECKEN

CAPITAL REDAKTION

KOLUMNISTEN

Gehen Sie möglichst nicht mit vorgefertigten Meinungen in einen Dialog – besonders dann, wenn Sie Ihr Gegenüber zum ersten Mal treffen. Lassen Sie zuvor Gehörtes nicht Ihre tatsächliche Wahrnehmung dominieren, denn das wirkt sich auf den Gesprächsverlauf aus.

- Genauso wie sich Freundlichkeit und Offenheit auf Ihren Gesprächspartner übertragen, wirken sich auch Unsicherheit oder Skepsis im Gespräch aus.
- Vorurteile und Gerüchte blockieren einen unvoreingenommenen Dialog. Damit boykottieren Sie Ihr Gespräch bewusst oder unbewusst, schon bevor es überhaupt stattfindet.

Verabschieden Sie sich von Ihrem inneren Schubladenschrank! Urteilen Sie erst nach dem Gespräch, nicht schon davor:

- Hören Sie nicht auf Klatsch und Tratsch, sondern bilden Sie sich eine eigene Meinung.
- Seien Sie offen für die Verschiedenheiten der Menschen, lassen Sie sich auf die Individualität Ihres Gegenübers ein.

#5: VOR LAUTER ÜBERREDEN NICHT ÜBERZEUGT

Wer zu sehr auf seine Ziele fokussiert ist, dem passiert es schnell, dass er sein Gegenüber überredet statt zu überzeugen. Keine gute Idee, wenn wir auf Nachhaltigkeit in der Beziehung hoffen.

- Die Quote sitzt Ihnen im Nacken, die Zielerfüllung dominiert Ihr Denken. Im Gespräch bleiben durch Ihre Fokussierung Inhalte und Bedürfnisse Ihres Gegenübers auf der Strecke.
- Es geht nicht um Sie und Ihre Ziele, sondern um Ihr Gegenüber. Wenn Sie allen Raum einnehmen, bleibt nichts mehr übrig für die Argumente und Meinungen Ihres Gegenübers.

Echte Überzeugungsarbeit sieht anders aus:

- Machen Sie sich stets bewusst, dass das Werben um Kunden, Anerkennung oder Zustimmung nicht manipulativ sein darf. Akzeptieren und wertschätzen Sie die Argumente Ihres Gegenübers.
- Analysieren und besprechen Sie Situationen gemeinsam.
- Wenn Sie nicht überzeugen können, treten Sie einen Schritt zurück statt zu überreden. Damit gewinnen Sie langfristig das Vertrauen Ihres Gegenübers.

NEWSLETTER: „CAPITAL- DIE WOCHE“

Jeden Freitag lassen wir in unserem Newsletter „Capital – Die Woche“ für Sie die letzten sieben Tage aus Capital-Sicht Revue passieren. Sie finden in unserem Newsletter ausgewählte Kolumnen, Geldanlagetipps und Artikel von unserer Webseite, die wir für Sie zusammenstellen. „Capital – Die Woche“ können Sie hier bestellen:


 Ihre E-Mail-Adresse

ARTIKEL ZUM THEMA

WARUM IM HERBST DIE KURSE KLETTERN KÖNNTEN

Das letzte Quartal des Jahres ist klassischerweise das Beste für Börsianer. Aber wird es auch in diesem Jahr so sein? Von Nadine Oberhuber [MEHR](#)

AIRLINE-AKTIE IM TIEFFLUG

Die Luftfahrtbranche vermeldet neue Fusionen und Kooperationen. Doch wer wird dabei gewinnen? Von Nadine Oberhuber [MEHR](#)



Kai Beller
MEHR ERFAHREN



Jens Brambusch
MEHR ERFAHREN



Horst von Buttlar
MEHR ERFAHREN



Monika Dunkel
MEHR ERFAHREN

WIE WIR KÜNFTIG ARBEITEN WERDEN

Ein neuer Typus des [MEHR](#)

NIEDRIGZINS VERSCHONT SPARER - NOCH

Enteignen die niedrigen Zinsen die deutschen Sparer? Bislang kann davon laut einer neuen Untersuchung keine Rede sein. [MEHR](#)

VON DER STECHUHR ZUM HOMEOFFICE

Die Digitalisierung eröffnet neue Wege der Arbeitsorganisation. Aber das Kopieren von Trendbegriffen reicht nicht aus. Von Max Orgeldinger [MEHR](#)

ARBEITEN IM DIGITALEN ZELT

New Work Modelle kratzen bisher nur an der Oberfläche. Die Zukunft liegt in flexiblen Zuständigkeitsbereichen. Von Torsten Osthus [MEHR](#)



LESERKOMMENTARE

Datenschutz

Die Kommentarfunktion "Disqus" wird von der Big Head Labs, Inc., San Francisco/USA., zur Verfügung gestellt. Weitere Informationen, insbesondere darüber, ob und wie personenbezogene Daten erhoben und verarbeitet werden, finden Sie in unseren [Datenschutzbestimmungen](#).

Moderation

Die Kommentare werden von Capital moderiert. Das heißt, Kommentare werden von der Redaktion freigeschaltet. Kritik und auch in der Sache harte Diskussionen sind willkommen, Beleidigungen werden wir dagegen nicht zulassen. Näheres hierzu finden Sie in unserer [Netiquette](#).

Kommentare für diese Seite wurden deaktiviert. ✕

0 Kommentare **Capital - Wirtschaft ist Gesellschaft** 1 Anmelden ▾

Empfehlen 2 **Teilen** **Nach Neuesten sortieren** ▾

Diese Diskussion wurde geschlossen.

Abonnieren **Disqus deiner Seite hinzufügen** **Disqus hinzufügen** **Hinzufügen** **Datenschutz**

Capital

IMPRESSUM | KONTAKT | MEDIADATEN
DATENSCHUTZ | NUTZUNGSBASIERTE ONLINEWERBUNG

ZUR MOBILEN ANSICHT