

Die Kunst der Überzeugung

Unbewusste Faktoren nutzen, um Zustimmung und Vertrauen zu generieren



Business-Bereich

Management

Personal

Führung

Erfolg & Karriere

Kommunikation

Marketing & Vertrieb

Finanzen

IT & Office

Sofort-Nutzen

Sie erfahren:

- Wie Sie mit den richtigen Worten von Anfang an Wirkung erzielen
- Wie Sie intuitive Reaktionen verstehen und richtig einsetzen
- Wie Sie Vertrauen schaffen und aufrechterhalten
- Wie Sie Ihre Körpersprache einsetzen können, um zu überzeugen
- Welche drei Joker Sie ziehen können, um verbindliche Zusagen zu bekommen

Sie können:

- Ihre Kommunikation on- und offline effektiver gestalten
- Andere mit deren eigenen Argumenten überzeugen
- Ihre Glaubwürdigkeit erhöhen
- Ein «Ja» bekommen, wo Sie vorher auf Ablehnung gestossen sind

Autorin



Ulrike Seminati

Ulrike ist Leadership- und Kommunikationsexpertin, Autorin und langjährige Führungskraft, die ihre Kund*innen dazu befähigt, authentisch und wirksam zu führen. Sie kombiniert einige der effizientesten Selbstentwicklungs- und Kommunikationstechniken mit ihrer eigenen Erfahrung auf allen Hierarchiestufen und gibt damit Führungskräften Werkzeuge an die Hand, effektiv zu kommunizieren, mit Authentizität zu führen und in einer Zone dauerhaft hoher Leistung und Zufriedenheit anzukommen.

Bevor Ulrike 2019 ihr Unternehmen gründete, war sie über 20 Jahre lang im Bereich Unternehmenskommunikation in verschiedenen Branchen tätig. Sie kletterte stetig die Karriereleiter hinauf, bis sie schliesslich 2015 Mitglied der Geschäftsleitung eines internationalen Pharmaunternehmens mit Sitz in Zürich wurde.

In ihrer Karriere in der Wirtschaft gestaltete sie preisgekrönte globale Engagement-Programme und hat zahlreiche Leadership- und Unternehmenskultur-Programme erfolgreich umgesetzt.

Ulrike hat einen MA in Marketing Management von der Robert-Schuman-Universität in Strassburg, Frankreich, und ist CCA-zertifizierter Coach und Mitglied der International Association of Coaching Institutes (ICI). Alle ihre Programme führt sie auf Deutsch, Englisch oder Französisch durch.

Empowerel GmbH

Leutschenbachstrasse 40
8050 Zürich
Schweiz

Telefon: +41 (0) 78 610 9393

E-Mail: contact@ulrikeseminat.com

Web: <https://ulrikeseminat.com>

Impressum

WEKA Business Dossier

Die Kunst der Überzeugung – Unbewusste Faktoren nutzen, um Zustimmung und Vertrauen zu generieren

Projektleitung: Annika Küderli

Satz: Dimitri Gabriel

Korrektorat: Margit Bachfischer M.A. Bobingen, margit.bachfischer@web.de

WEKA Business Media AG

Hermetschloostrasse 77

8048 Zürich

Tel. 044 434 88 34

Fax 044 434 89 99

info@weka.ch

www.weka.ch

www.weka-library.ch

1. Auflage 2023

VLB – Titelaufnahme im Verzeichnis Lieferbarer Bücher:

ISBN: 978-3-297-02269-6

© WEKA Business Media AG, Zürich

Alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung und der Verbreitung sowie der Übersetzung, sind vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet oder verbreitet werden.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	5
2. Von Anfang an Wirkung erzielen	6
2.1 Praxisübung: Mehr Engagement erzeugen.....	8
3. Intuitive Reaktionen verstehen und richtig einsetzen	9
3.1 Die vier Kräfte des limbischen Systems verstehen.....	11
3.1.1 Balance.....	11
3.1.2 Harmonie	12
3.1.3 Dominanz.....	13
3.1.4 Stimulanz	13
3.2 Die vier Kräfte wirksam anwenden	14
3.3 Beförderungen vermitteln und Überraschungen vermeiden	15
3.4 Praxisübung: Schritt für Schritt aus anderen Perspektiven kommunizieren	16
4. Vertrauen schaffen und aufrechterhalten	18
4.1 Vertrauen wird zunehmend zum Erfolgsfaktor, doch warum ist das so?.....	18
4.2 Glaubwürdigkeit.....	19
4.2.1 Praxisübung: Glaubwürdigkeit einschätzen und erweitern	20
4.3 Verlässlichkeit	20
4.3.1 Praxisübung: Verlässlichkeit einschätzen und erweitern.....	21
4.4 Vertrautheit	21
4.5 Selbstorientierung.....	21
5. Mit Körpersprache positiv beeinflussen	23
5.1 Die Verbindung von Körper und Geist bewusst nutzen.....	25
5.2 Augenkontakt zum Herstellen von Verbindung und Präsenz.....	26
5.2.1 Praxisübung: Augenkontakt in verschiedenen Situationen praktizieren	26
5.3 Haltung zeigen und hinter seiner Meinung stehen.....	27
5.3.1 Praxisübung: Haltung in verschiedenen Situationen praktizieren	27
5.4 Auch online Energie und Präsenz vermitteln	28
6. Drei Joker, um Zustimmung zu generieren	29
6.1 Joker #1: Nutzen sichtbar machen.....	29
6.1.1 Praxisübung: Nutzen definieren	30
6.2 Joker #2: Zu Entscheidungen ermächtigen.....	31
6.3 Joker #3: Entscheidungen sichtbar machen	32
7. Fazit	33
Quellenverzeichnis	34

1. Einleitung

- Fällt es Ihnen schwer, Ihre Ideen durchzusetzen?
- Haben Sie manchmal das Gefühl, mit einer Wand zu reden, weil Ihre Argumente nicht gehört werden?
- Sehen Sie Handlungsbedarf, können wichtige Entscheidungsträger jedoch nicht überzeugen, die nötigen Schritte einzuleiten?

Wenn Sie diese oder ähnliche Fragen mit Ja beantworten, werden Sie in diesem Dossier wertvolle praktische Tipps und Methoden erlernen, um andere davon zu überzeugen, einem Standpunkt zuzustimmen oder einer bestimmten Vorgehensweise zu folgen. Sie lernen Praktiken, die Sie schnell und mit ein wenig Übung problemlos umsetzen können, und wir widmen uns auch dem längerfristigen Thema des Aufbaus von Vertrauen, um Ihre Bemühungen auf ein solides Fundament zu stellen.

Für einige von uns ist die Kunst der Überzeugung eine angeborene Eigenschaft, alle anderen können ihre Überzeugungskraft durch das Verinnerlichen bestimmter Techniken und Denkweisen mit der Zeit ausbauen.

Die Überzeugungskraft ist eine wertvolle Kompetenz, die wir zum Nutzen für uns selbst und auch anderer einsetzen können. Am Arbeitsplatz werden Mitarbeitende mit Überzeugungsfähigkeiten geschätzt, weil sie sich auf verschiedene Aspekte der Arbeitsleistung auswirken können. Zudem hängen Teamarbeit und Führungsqualitäten stark von der Überzeugungskraft und der Fähigkeit ab, andere zu beeinflussen. Ohne Überzeugungskraft sind Mitarbeitende möglicherweise nicht so engagiert und überzeugt von der Bedeutung der Vision und der langfristigen Mission eines Unternehmens.

Wir überzeugen und werden jeden Tag überzeugt. Wenn wir unsere Kinder bitten, ihr Zimmer aufzuräumen, oder wenn wir den Verkäufern im Einkaufszentrum zuhören – entweder wir überzeugen, oder wir werden überzeugt. Die grosse Mehrheit der Mitarbeitenden möchte ein Mitspracherecht haben und an Entscheidungen aktiv beteiligt sein. Ein rein hierarchischer Führungsstil ist daher nicht mehr zeitgemäss, und um Veränderungen zu bewirken, müssen Führungskräfte ihre Überzeugungskraft einsetzen.

Wenn Sie die in diesem Dossier aufgeführten Methoden nach und nach umsetzen, werden Sie merken, dass Sie dadurch nicht nur Ihren eigenen Willen durchsetzen, sondern ganz nebenbei auch mehr Zufriedenheit und Motivation in Ihrem Team und bei Ihren Mitmenschen im Allgemeinen generieren.

2. Von Anfang an Wirkung erzielen

Gute Führungskräfte motivieren ihre Teams, die Extrameile zu gehen, während alle, einschliesslich sie selbst, Spass an ihrer Arbeit haben. Das bedeutet, dass die Interaktion, die Art und Weise, wie Führungskräfte mit ihren Teams kommunizieren, die Teammitglieder dazu bringt, etwas mit Überzeugung zu tun. Meist kommunizieren wir jedoch völlig anders, denn anstatt zu einer konkreten Aktion zu animieren, vermitteln wir Informationen.

Doch das Vermitteln von Informationen schafft nur ein besseres Verständnis. Wenn Sie sich für dieses Business Dossier entschieden haben, wollen Sie jedoch, dass Ihre Kommunikation etwas bewirkt. Sie wollen Kommunikation und Interaktion richtig einsetzen, um Ihr Team oder Entscheidungsträger in Ihrem Umfeld zu überzeugen, im Interesse der Ziele, die Sie sich gesetzt haben, zu agieren.

Meine goldene Regel der Kommunikation lautet daher:

**“ Kommunikation ist nur dann wirksam,
wenn sie etwas bewirkt. ”**

Ein Workshop ist zum Beispiel nur dann effektiv, wenn sich die Leistung der Teilnehmer danach verbessert. Eine E-Mail ist nur wirksam, wenn der Leser das tut, was Sie wollen. Eine Strategieeinführung ist nur dann wirksam, wenn die Menschen ihr Verhalten ändern.

Es klingt offensichtlich, aber wir definieren nur selten ein konkretes erwünschtes Ergebnis und konzentrieren uns stattdessen auf das, worüber wir sprechen wollen. Denn wie viele Sitzungen dauern zu lange und bringen nichts?

- Bei wie vielen Präsentationen denkt man: «Ok, ich habe es verstanden. Aber was soll ich jetzt damit tun?»
- Bei wie vielen Telefonkonferenzen denken Sie: «Das war eine vergeudete Stunde, die ich nie wieder zurückbekomme.»

Bei jeder Interaktion, die sich immer in Form einer Kommunikation äussert, kommt es also nicht darauf an, was Sie SAGEN, sondern was Sie BEWIRKEN.

An welchem Meeting würden Sie lieber teilnehmen?

- «Bei dieser Sitzung gehen wir durch den Bericht über die Leistung der letzten sechs Monate.» oder
- «Bei dieser Sitzung geht es darum, die vergangenen sechs Monate zu verstehen, damit wir gemeinsam eine bessere Zukunft gestalten können.»