

# Bilder

Das Seminar „Bilder“ richtet sich ggfs. gleichermaßen an Verkäufer und Führungskräfte. Die Erkenntnisse der Veranstaltung sind für beide nützlich.

**Hintergrund der Überlegungen:** Rhetorik, Semantik, antrainierte Gestik oder Mimik und andere „Methoden“ lassen in aller Regel einen „künstlichen“ Gesprächspartner entstehen. Gesprächspartner spüren die fehlende Authentizität und blocken ab. Dieses Seminar soll den Verkäufer zu seinen eigenen Bildern (im Kopf) zurückführen. Es soll ihn sensibilisieren für die Wichtigkeit der Bilder die er sich von seinen Aufgaben und seinen Gesprächspartnern macht, - und die Bilder die er damit auch bei seinen Gesprächspartnern auslöst.

- **Thema:**  
Wie man im Kopf seiner Kunden den richtigen Film ablaufen lässt ...
- **Unterthema:**  
Und wenn aber schon im eigenen Kopf der falsche Film abläuft ... ?

## Hauptziele:

Die Teilnehmer werden in ihren bisherigen Methoden „aufgewühlt“. Sie werden angeregt eigene Methoden zu überdenken. Sie verstehen besser **WARUM** vieles von dem funktioniert was man ihnen früher schon mal beigebracht hat (z.B. „offene Fragen stellen“ etc.), und können es besser – insbesondere natürlicher – einsetzen.

**Zusammengefasst:** Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt die zu kommunizierenden Inhalte (Produkte, Beratungsthemen etc.) zunächst für sich selbst besser von Führungskräften zu übernehmen (Wahrnehmung), und sie somit anschließend auch besser zu transportieren.

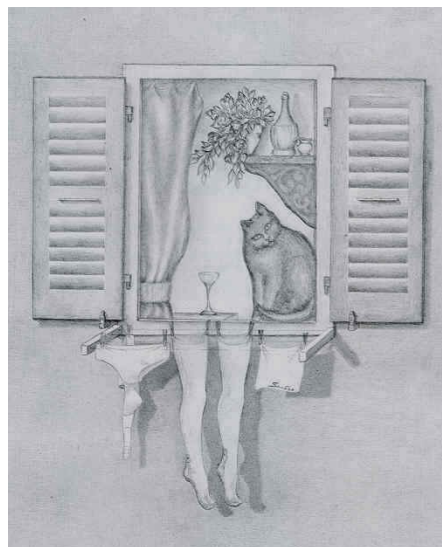
## Teil 1: die Wichtigkeit und Wirkung von Bildern

Sitzt ein Zweibein auf einem Dreibein und ißt ein Einbein. Kommt ein Vierbein und klaut dem Zweibein das Einbein. Da nimmt das Zweibein das Dreibein und verprügelt das Vierbein. Da verzieht sich das Vierbein und überlässt dem Zweibein sein Einbein. Das Zweibein geht auf sein Dreibein und ißt sein Einbein.

**These:** Ohne die dazugehörigen Bilder kann man diese Geschichte nicht korrekt wiedergeben, - und so ist es mit jeder Art von Kommunikation!

### Lernziele:

- Die Wichtigkeit und Wirkung von Bildern in der Kommunikation verstehen
- das Gehirn als Einbahnstraße
- Strukturiertheit in der Kommunikation (Spannungsbögen in der Einbahnstraße)



**Dauer:** ca. 3,5 Stunden

### Methodik:

- Vortrag in Beispielen
- Bilder, Bilder, Bilder
- Übungen und Arbeitsgruppen
- Zur Lernzielabsicherung ein Theaterstück das die Teilnehmer aufführen (Inhalt ist ein Verkaufsgespräch.. Einzelne Teilnehmer sind das Unterbewusstsein des Kunden – während ein anderer Teilnehmer versucht diesem Kunden etwas zu verkaufen.

## Teil 2: die Eisberggesetze

Nur ein kleiner Teil des Eisbergs ist oberhalb der Wasseroberfläche sichtbar. Der Rest ist unter der Oberfläche. Dieses Beispiel wird ins Verhältnis gesetzt zu Wichtigkeit von „objektiver Realität“ und „subjektiver Realität“. Es wird die Wirkung von Bildern anhand von drei sog. Eisberggesetzen dargestellt.



### Thesen:

- Das Unterbewusstsein speichert auch Impulse die objektiv unwichtig sind.
- Das Unterbewusstsein „zählt“ diese Impulse nur – bewertet sie aber nicht.
- Das Unterbewusstsein lässt sich durch derartige Impulse gezielt beeinflussen.
- Es ist egal ob man manipulieren WILL ... man manipuliert auf jeden Fall!

### Lernziele:

- Verständnis der Wirkungsweise dieses „Eisbergs“
- Unterscheidung von nützlichen und hinderlichen Bildern
- Ursache und Wirkung ... Bilder die zur Ursache werden

**Dauer:** ca. 2,5 Stunden

### Methodik:

- Vortrag in Beispielen
- Bilder, Bilder, Bilder
- Übungen und Arbeitsgruppen
- Zur Lernzielabsicherung wird das Theaterstück aus Teil 1 noch mal aufgeführt. Die Fortschritte sind dabei meist nennenswert und werden konkretisiert.

### Teil 3: das ganze noch mal „strukturiertes“

Was bedeutet das nun für ein Gespräch mit meinem Kunden oder meinem Mitarbeiter? Wie kann ich aus sinnvollen Bildern einen „Film“ generieren der am Ende zum gewünschten Ergebnis führt?

- **Socializing**  
Ohne emotionalen Kontakt funktioniert KEIN Gespräch
- **Einleitung**  
Die RICHTIGE Assoziation erzeugen = Aufnahmebereitschaft herstellen
- **Hauptteil**  
Die Fakten können nur transportiert werden, wenn sie im richtigen Film verpackt sind.
- **Schluß**  
Verkäufer würden sagen: Abschluß

**These:** Ein Gespräch darf in seiner inneren Abfolge niemals fortgesetzt werden, bevor die jeweils vorherige Gesprächsphase sauber abgeschlossen ist, - weil sonst der Erfolg des nachfolgenden Teils des Gesprächs gefährdet ist.

#### Lernziele:

- Mit den Bildern die ich im Kopf habe werde ich Ursache für eine Wirkung.
- Die Wirkung – das sind zunächst die Bilder im Kopf meines Kunden.
- Die Wirkung – das sind im Anschluss aber die Entscheidungen meines Kunden!
- **Und für Führungskräfte:** Mit den Bildern die sie im Kopf haben werden sie Ursache für die Bilder im Kopf ihrer Mitarbeiter ...

**Zusammengefasst:** Die Bilder die ich im Kopf habe beeinflussen elementar das Gesprächsergebnis, - und das Gesprächsergebnis beeinflusst das Geschäftsergebnis!

**Dauer:** ca. 2 Stunden

#### Methodik:

- Vortrag
- Diskussion

## **Schlussbemerkungen:**

Man kann dieses Seminar problemlos an einem Tag durchführen, wenn abends „open end“ vereinbart ist. Standard wäre 09:30 Uhr bis 19:00 Uhr mit ausreichend Pausen und „Luft“ für Diskussionen.

Man kann dieses Seminar ebenso problemlos auf zwei Tage ausweiten wenn man die vertiefenden Anteile von Gruppenarbeit und Diskussionen deutlich verlängert (was absolut nützlich ist) und / oder folgendes Thema zusätzlich ausführlich abhandelt:

- **Vortragstechnik - Der Dozent als Dirrigent**

Dieser Teil hilft Verkäufern und auch Führungskräften deshalb besonders, weil er die Teilnehmer in eine optimal komplizierte Gesprächssituation bringt. Die Teilnehmer sollen dabei lernen die eigene Souveränität zu verbessern, Lampenfieber in den Griff zu kriegen, und sich auf Gespräche nicht nur strukturiert vorzubereiten sondern die vorbereitete Struktur auch durchzuhalten.

Verkäufer sagen ja den Preis für ein Produkt immer erst am Schluss ... oder besser noch später ... Deshalb lasse ich dieses Thema erstmal offen.

Wendeburg, 07/2009

Klaus Marwede