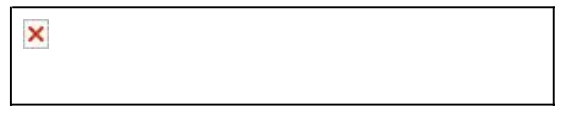




Der Trainerpreis 1998 in Gold - für implus Training

klick würdiges



Kleine Tricks mit großer Wirkung

Gehrhard Jantzen: Rhetorik

BANK MAGAZIN 11|2000

Wann haben Sie zuletzt gecheckt, wie es um Ihre Verkaufsrhetorik bestellt ist? So manche Selbstverständlichkeit gerät in der Alltagsroutine schnell in Vergessenheit. BANK MAGAZIN gibt einen kleinen Auffrischkurs.

Wenn Menschen schlechte Zuhörer sind, kann der Grund in der Person selbst liegen oder beim Sprecher, der das Zuhören erschwert. Generell gilt: Je leichter das Zuhören für den Zuhörer ist, umso lieber hört er zu. Darum kommen Stimme und Sprache eine große Bedeutung zu.

Lebendig sprechen

Eine monotone Sprache stört und schläfert Zuhörer ein. Statt dessen sollten wichtige Wörter betont und Pausen gemacht werden. Nur bei Fragen wird am Schluss des Satzes die Stimme gehoben, ansonsten wird sie gesenkt. Um sie noch stärker zu betonen, sollten wichtige Teile eines Arguments langsamer und lauter gesprochen werden. Ihre Stimme trainieren Sie, indem Sie Zeitungsausschnitte laut vorlesen.

Sprechgeschwindigkeit drosseln

Schnellsprecher überfordern ihre Zuhörer. Machen Sie deshalb Sprechpausen. Bewährte Hilfe: Notieren Sie sich bei Ihren Gesprächsnotizen die Wörter "Punkt - Pause" und denken Sie diese dann am Satzende innerlich mit.

Angemessene Aussprache

Mundart stört nur dann, wenn der andere sie nicht versteht. Bitte gewöhnen Sie sich auch nicht eine überdeutliche Aussprache an.

Unnatürlich wirkt es, wenn jede Endsilbe ausgesprochen wird und das Schluss-E überbetont wird (oft beim "Danke" der Fall).

Übersichtlich sprechen

Aussagen müssen logisch aufgebaut sein, um gut verständlich zu wirken. Lange Sätze sind besser zu verstehen, wenn sie in sinnvolle Wortblöcke untergliedert sind. Überlegen Sie sich immer, zu welchem Schluss der Zuhörer kommen soll.



Gerhard Jantzen
Geschäftsführer Implus
Trainings + Beratungs-
Unternehmens- gruppe
Wachenheim

Argumentationsketten bilden

Entwickeln Sie einen logischen Gedankengang: Beginnen Sie mit einer Tatsache oder einer Behauptung und führen Sie den Zuhörer zu einer Schlussfolgerung.

Schlüssig argumentieren

Beim Argumentieren muss eine klare Gedankenfolge, ein roter Faden erkennbar sein, damit der Kunde auch die richtigen Schlussfolgerungen zieht. So erzeugen Sie Sog im Verkauf, ohne Druck auszuüben.

Nutzenorientiert argumentieren

Benutzen Sie starke, bedürfnisorientierte Argumente. Denn Menschen kaufen keine Produkte, sondern das, was diese Produkte für sie tun. Überlegen Sie, welches die wichtigsten Leistungsmerkmale der Produkte oder Dienstleistung sind und bringen Sie diese ins Verkaufsgespräch ein.



zum