Whitepaper:

Vom Kontakt zum Kunden

KIENZLE
SUCCESS COOPERATION

Wer aufhört besser zu werden,
hat aufgehört gut zu sein!

Philip Rosenthal, Unternehmer (1916-2001)

www.kienzle.eu

Über den Autor

Michael Kienzle ist ein Keynote Speaker aus Leidenschaft. Seine Vorträge basieren auf 10 Jahren Vertriebs- / und Führungserfahrung und 20 Jahren Training.
Seine Mission ist, alle zu unterstützen, die ihre Leistung zum guten Preis verkaufen und sich durch Top-Service am Markt differenzieren möchten.

Dabei kam er zu seiner heutigen Tätigkeit als Speaker & Trainer sprichwörtlich wie die Jungfrau zu ihrem Kind. Als Führungskraft musste Michael Kienzle feststellen, dass die fachliche Kompetenz allein nicht ausreicht, um Menschen zu führen und zu motivieren. Ein Freund gab ihm den Tipp, verkaufen zu lernen. Denn wer ein Produkt/Leistung gut verkaufen kann, kann auch Menschen leichter führen und motivieren.
Also lernte er das Verkaufen von der Pike auf und stellte schnell fest, wie einfach es war, erfolgreich zu sein. Das Geheimnis ist, gehe den Weg:

Vom Experten zum Überzeuger!

Einleitung – vom Experten zum Überzeuger

Sind Sie ein geborener Redner? Fällt es Ihnen leicht, andere in Ihren Bann zu ziehen? Glückwunsch! Nicht viele Menschen können das von sich sagen. Falls Sie nicht zu diesen Naturtalenten gehören, habe ich eine gute Botschaft für Sie. Die Wissenschaft hat in den vergangenen 30 Jahren längst erforscht:

Fleiß schlägt Talent!

Will heißen: Wer nur genügend Einsatz in die Waagschale wirft, kann es zu Höchstleistungen bringen. Warum sollten Sie überhaupt zum Überzeuger werden? Vielleicht denken Sie: „Für mich ist das nicht so wichtig, schließlich bin ich ja kein Verkäufer!“ Falsch! Denn jeder ist Verkäufer. Es ist egal, ob Sie Ihrem Partner ein Urlaubsziel verkaufen, Freunden einen Kinobesuch, Ihren Vorgesetzten eine gute Idee oder Kunden ein Produkt – wir alle verkaufen. Jeden Tag. Und was noch viel wichtiger ist: Jeder kann lernen, andere Menschen zu überzeugen. Da Sie dieses E-Book lesen, nehme ich an, dass Sie sich vor allem für den beruflichen Kontext interessieren. Also das, was Sie jeden Tag tun, um Ihren Lebensunterhalt zu verdienen.

Sie sind also ein Experte auf Ihrem Gebiet. Egal ob Sie Brötchen verkaufen, komplexe Großanlagen oder erklärungsbedürftige Dienstleistungen: Sie sind für Ihre Kunden oder Kollegen der Experte. Doch wie ich selbst am eigenen Leib feststellen musste, reicht fachliche Kompetenz allein nicht aus. Was Sie noch brauchen oder optimieren sollten, ist Ihre Fähigkeit, andere Menschen davon zu überzeugen, dass Ihr Vorschlag oder Ihre Idee der richtige Weg ist. Dann müssen Sie sich nie wieder ärgern, dass Ihr Gegenspieler mit der zweitbesten Lösung den Zuschlag erhält. Mit unserer Whitepaperreihe: „Vom Experten zum Überzeuger“ erhalten Sie das „Rüstzeug“, um andere Menschen einfacher zu überzeugen. Das vorliegende Whitepaper beschäftigt sich mit dem Thema:

Vom Kontakt zum Kunden

Zielathische® Rhetorik

Bundesrepublik Deutschland

Urkunde

über die Eintragung der
Marke Nr. 30 2020 204 538

Az.: 30 2020 204 538.7 / 41

Zielathisch

Inhaber/Inhaberin
Kienzle, Michael, 77855 Achern, DE

Tag der Anmeldung:
04.02.2020

Tag der Eintragung:
13.03.2020

Die Präsidentin des Deutschen Patent- und Markenamtes

Rudloff-Schäffer

München, 13.03.2020

Den aktuellen Rechtsstand und Schutzumfang nach dem Verzeichnis der Waren und Dienstleistungen entnehmen Sie bitte dem DPMAregister unter www.dpma.de.

Was steckt hinter der zielathischen® Rhetorik?
Es geht darum, Gespräche **ZIEL**orientiert und Emp**ATHISCH** zu einem guten Ergebnis zu führen.
Nachfolgend erhalten Sie dafür viele Praxistipps.
Sie erfahren, wie Sie mit der richtigen Formulierung zum richtigen Zeitpunkt Ihr Gegenüber leichter erreichen und überzeugen können.
Dabei werden wir uns auf drei verschiedene Szenarien konzentrieren:

- Der Messekontakt
- Die telefonische Akquise
- Professionelle digitale Kommunikation

Glaubenssätze

Bevor wir über Kommunikationsgrundlagen, Rhetorik oder Gesprächsaufbau – also Ihre äußere Kommunikation – sprechen, sollten Sie sich vorab Gedanken über Ihre innere Kommunikation machen. Ihre täglichen Gedanken sind die Art, wie Sie mit sich selbst kommunizieren. Die Basis für positive Kommunikation ist Ihr Inneres – Ihre Glaubenssätze. In vielen Coachings oder Seminaren erlebe ich, dass Experten mit folgender Aussage zu mir kommen: *“Ich kenne meine Materie wie kein Zweiter, aber irgendwie schaffe ich es nicht, dass der Funke überspringt. Zu verkaufen ist halt einfach nicht mein Ding.”*
Das ist ein Problem. Denn Ihr Unterbewusstsein verarbeitet solche Aussagen aktiv. Wenn Sie so etwas denken, wird Ihr Unterbewusstsein dafür sorgen, dass Sie recht behalten, ganz nach dem Motto: “Wenn er denkt, dass er es nicht kann, dann werde ich dafür sorgen, dass es so ist.”
Allerdings können Sie das auch zu Ihrem Vorteil nutzen. Ihr Unterbewusstsein verarbeitet positive Botschaften genauso wie schlechte. Sie haben also die Möglichkeit, die Steine in Ihrem Weg selbst beiseitezuräumen. Ersetzen Sie auf dem Weg zu mehr

Überzeugungskraft im ersten Schritt einfach Ihre negativen Glaubenssätze durch positive.

Erkennen

Damit Sie negative Glaubenssätze durch positive ersetzen können, gilt es, diese erst einmal zu identifizieren. Dafür sollten Sie immer aufmerksam in sich hinein hören. Da gibt es sehr viel zu erfahren, denn wir führen ständig Selbstgespräche.

- Warum muss ich schon wieder?
- Das habe ich noch nie gemacht.
- Das wird schwierig.

Das sind nur 3 typische Beispiele, die wohl jeder kennt. Hören Sie sich selbst aktiv zu und Sie werden feststellen, wieviel Sie sich selbst zu sagen haben. Trainieren Sie das im Alltag, aber ganz besonders vor wichtigen Situationen wie Präsentationen, Verkaufsgesprächen und insbesondere im Erstkontakt. Hören Sie in sich hinein. Entdecken Sie Formulierungen wie: „Ich bin halt kein Verkäufer“ Dann gehen Sie sofort in die Umsetzung: „Ich werde Sie überzeugen, denn verkaufen heißt überzeugen!“

Nehmen Sie sich zukünftig Zeit, jeden negativen Gedanken aktiv durch eine positive Formulierung zu ersetzen. Vermeiden Sie Wörter wie „nicht“, denn das ignoriert unser Gehirn gerne. Kinderärzte vermeiden im Gespräch mit ihren kleinen Patienten die Formulierung: „Das tut nicht weh!“ Das vielleicht ängstliche Kind verarbeitet nämlich dabei aktiv: „DAS TUT WEH.“
„Ich werde nicht versagen“ wird unser Unterbewusstsein also komplett falsch auffassen.
Deshalb von: „Diesmal versage ich nicht.“ Zu: „Ich schaffe das!“
Sie werden merken, dass Sie durch diese positive Umformulierung automatisch den Weg vom Opfer (immer ich) zum Gestalter (Das Bewältigen dieser Situation bringt mich weiter!) gehen.

Verinnerlichen

Wenn Sie Glaubenssätze verändern möchten, sollten Sie sich darauf einstellen, dass nicht alles von heute auf morgen passiert.
Es erfordert Übung und Ausdauer, nicht in alte Verhaltensmuster zurück-zufallen. Trainieren Sie das in wiederkehrenden Situationen immer wieder und Sie werden auch bei neuen Herausforderungen darauf zurückgreifen können. Je besser Sie dranbleiben und Ihre Glaubenssätze anpassen, desto mehr wird sich auch Ihre Sicht auf die Welt ändern und desto selbstbestimmter werden Sie.
Als zweiten Tipp möchte ich Ihnen mitgeben: Bearbeiten Sie immer möglichst wenig Baustellen gleichzeitig. Fokussieren Sie sich am besten auf ein Ziel, wie zum Beispiel: "Ich werde in meinem nächsten Gespräch bewusst einen positiven Einstieg wählen." Gehen Sie Schritt für Schritt vor und setzen Sie sich realistische Ziele. Behalten Sie im Blick, was Sie ändern möchten. Reflektieren Sie immer wieder, ob Sie auf dem richtigen Weg sind.

Der Überzeugungskreislauf

Gefühl vor Verstand

Um erfolgreich zu sein, brauchen Sie andere Menschen! Ob Ihre Kunden, Ihre Kollegen oder auch Ihre Familie. Lassen Sie uns deshalb überlegen, wie Sie diese für sich gewinnen können.

**Nur wer andere emotional erreicht,
kann sie auch rational überzeugen!**

Was meine ich damit? Wir Menschen bilden uns in den ersten Sekunden bereits einen Eindruck vom Gegenüber. Wenn dieser negativ ist, wehrt sich unser Unterbewusstsein regelrecht dagegen, sich überzeugen zu lassen bzw. neues Wissen aufzunehmen. Denken Sie mal an Ihre Schulzeit und das Fach, in welchem Sie die schlechteste Note hatten. Welche Erinnerungen haben Sie an den Lehrer dieses Faches? Eine Kombination von schlechten Noten und super sympathischem Lehrer ist sehr selten.
Wie können Sie es schaffen, auch in einem rationalen Business Sympathie aufzubauen und den anderen emotional zu erreichen?
Die wichtigste Botschaft ist hier:

Gefühl vor Verstand

Bevor Sie also Ihre rationalen Argumente nennen, versuchen Sie, eine innere Zustimmung Ihres Gegenübers zu erreichen.
Eine sehr einfache, aber gleichzeitig wirkungsvolle Methode, um Menschen zu erreichen, ist es, sich vor dem Einstieg in das eigentliche Thema aktiv deren Zustimmung zu holen.
Beispielsweise könnten Sie starten mit: „Sicherlich kennen Sie alle die Situation…“ Der Trick dabei ist, dass das Unterbewusstsein nicht unterscheidet, zu welchem Thema eine Zustimmung gegeben wurde. Es registriert lediglich Zustimmung, welche sich oft auch direkt in einer positiven Körpersprache, z.B. mit einem Nicken, zeigt. Jetzt haben Sie eine optimale Ausgangsposition geschaffen, damit Ihre nachfolgende Argumentation gut ankommt.
Ich habe aus dieser Erkenntnis die Du+®-Methodik entwickelt. Das Prinzip dahinter ist ganz einfach:

Senden Sie Ihrem Gegenüber ein positives Signal und Sie kommen in der Sache weiter. Unabhängig davon, ob es sich um ein Konfliktgespräch, eine Verhandlungssituation oder ein privates Gespräch handelt, wichtig ist: Trennen Sie Mensch von Sache. Eine Formulierung, welche Ihnen dabei viel helfen wird, ist: „Herr Kunde, ich verstehe Sie, deshalb…“

Ich verdeutliche die Du+® Methodik gerne mithilfe eines praktischen Beispiels: Stellen Sie sich vor, Sie kommen nach einem langen Arbeitstag im Büro nach Hause. Ihr(e) Lebenspartner(in) kommt strahlend auf Sie zu, man könne doch heute mal wieder zum Italiener gehen. Sie haben allerdings keine guten Erinnerungen an den Italiener, da Ihnen das letzte Mal das Essen schwer im Magen lag. Ohne Du+® würden Sie deshalb wahrscheinlich sagen: „Du, der Italiener hat mir das letzte Mal nicht gutgetan, da will ich nicht mehr hin. Gehen wir lieber zum Chinesen.“

Psychologisch betrachtet hat Ihr(e) Partner(in) gerade eine Ablehnung erhalten, was eine emotionsfreie, rationale Reaktion nahezu unmöglich macht. Deshalb ist eine wahrscheinliche Antwort: „Ne, dann lassen wir es halt!“ Nehmen wir die gleiche Situation und Sie reagieren mit Du+®. Das heißt, Sie trennen bewusst Mensch von Sache, dann könnte Ihre Antwort so aussehen: „Schatz, das ist eine tolle Idee. Wir waren wirklich schon lange nicht mehr auswärts essen.“ Sache: „Wäre für dich der Chinese auch eine Alternative? Weil der Italiener lag mir das letzte Mal so schwer
im Magen.“

Wird die Reaktion jetzt die gleiche sein? Sicher nicht! Wahrscheinlich werden sie gutgelaunt zum Chinesen gehen.

In dem Beispiel wurden sogar noch weitere Methoden der positiven, überzeugenden Gesprächsführung genutzt. Der Vorschlag für den Chinesen wurde in Frageform unterbreitet, was eine Annahme leichter macht. Direkte Argumente fordern dazu auf, Gegenargumente zu bringen. Ein Vorschlag in Frageform regt zum rationalen Denken an und hat deshalb oft mehr Erfolg.

Der positive Kontaktaufbau auf der Messe

Sie kennen bestimmt den Spruch:
„Für einen guten ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance!“
Evolutionsbedingt bilden wir Menschen uns im Bruchteil einer Sekunde einen ersten Eindruck von unserem Gegenüber. Dieser erste Eindruck prägt oft das gesamte weitere Gespräch.
Es lohnt sich also, sich über einen positiven Kontaktaufbau Gedanken zu machen. Vermeiden Sie folgende Ansprachen:

Rot – Kreuz – Ansprache: “Kann ich helfen?“

Pfadfinderansprache: “Suchen Sie was Bestimmtes?”

Wünschelrutenansprache: “Kann ich was für Sie tun?”

Kundenabwehransprache: “Werden Sie schon bedient?”

Seien Sie kreativ! Sehr gut geeignet für die Ansprache eines Besuchers am Messestand sind offene Fragen. Sie öffnen direkt das Gespräch, weil Ihr Ansprechpartner offene Fragen nicht mit Ja/Nein beantworten kann.
Beispiel gefällig?
„Welche Erfahrungen haben Sie bereits gemacht mit XYZ?“
„In welcher Branche/ welchem Bereich sind Sie tätig?“
„Inwieweit ist Ihnen unsere Firma bereits bekannt?“

Überlegen Sie nicht zu lange, wann Sie den Besucher ansprechen sollen. Ihr Besucher wird es Ihnen zeigen. Begrüßen Sie jeden potentiellen Kunden mit einem Lächeln und einem direkten Blickkontakt. Wird der Blick erwidert, ist das schon das erste Signal, dass Sie den Besucher direkt ansprechen können. Wird Ihr Blick nicht erwidert, möchte der Interessent sich offensichtlich erst etwas

orientieren. Dann sollten Sie Kontakt aufnehmen, sobald Sie sehen, dass sich Ihr zukünftiger Kunde mit einem Ausstellungsstück aktiv beschäftigt. Vergessen Sie dabei nicht den kreativen Gesprächseinstieg.

Sie werden feststellen: Ein guter Gesprächseinstieg wird es Ihnen sehr viel einfacher machen, den Interessenten im weiteren Verlauf des Gespräches von Ihren Leistungen zu überzeugen.

Viele weitere Tipps zum positiven Gesprächsaufbau erhalten Sie auch mit unserem Videokurs:

Auf Messen sich messen.

Der Kurs ist für alle interessant, die ihre Überzeugungskraft und verkäuferischen Skills verbessern wollen.

Professionell Telefonieren

Speziell wenn der Forecast hinter den Erwartungen ist, greifen viele zum Telefon, um sich bei bestehenden Kunden „…mal wieder zu melden“.

Diese Anrufe sind schon zum Scheitern verurteilt. Der Kunde spürt sofort, dass Sie einen Auftrag brauchen und sich nur deshalb bei ihm melden.
Planen Sie feste Zeitkontingente für Kundenanrufe ein, in welchen Sie die Zufriedenheit und den Bedarf der Kunden zu den bezogenen Produkten erfragen, aber auch direkt neue, für den Kunden interessante Produkte vorstellen. Und das ist schon der erste wichtige Tipp:
Für den Kunden interessante Produkte!

Nichts ist für den Kunden nerviger als aus seiner Sicht unnötige Anrufe.

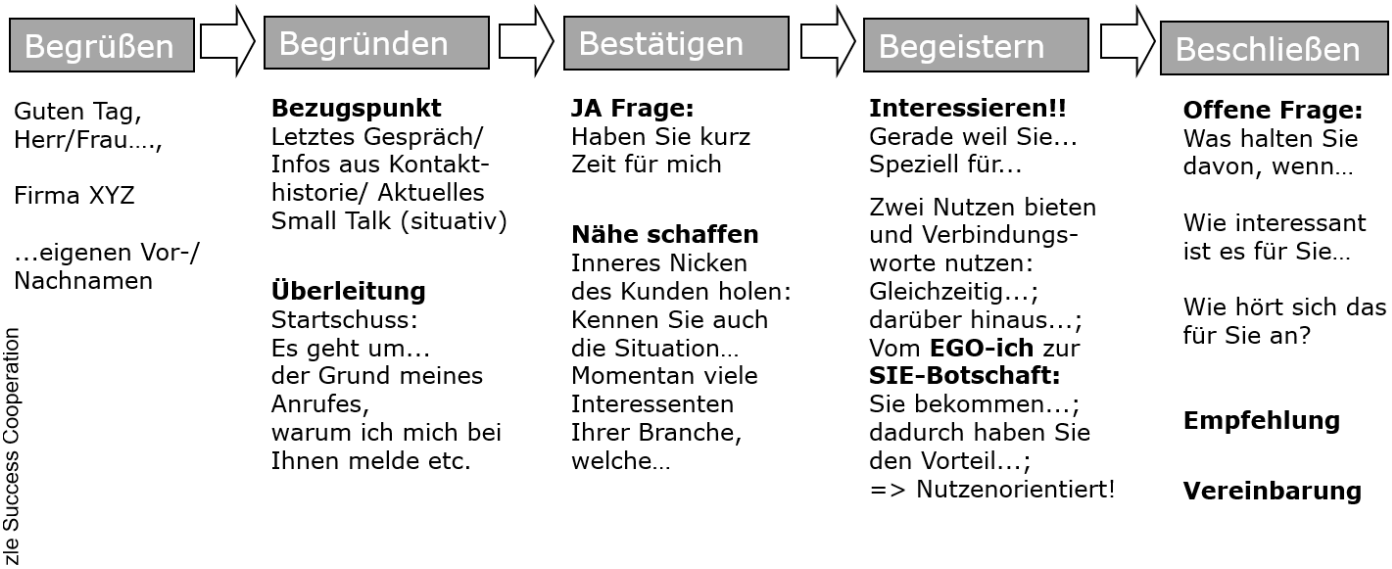
Ein erster Schritt, um nervige Anrufe zu vermeiden, ist meine IQ-Formel.

IQ-Formel

Diese steht sinngemäß für intelligente Kundenanrufe. Dabei steht das **I** für **INFORMATION**. Welche interessanten Informationen haben Sie für Ihren Kunden? Ziel ist, dass der Kunden nach dem Gespräch das Gefühl hat, dass Ihr Anruf sich für ihn gelohnt hat.
Das **Q** steht für **Question**. Überlegen Sie sich vor dem Anruf, welche Fragen Sie stellen, die Sie im Prozess weiterbringen, auch wenn Sie noch keine direkte Zusage für Ihr Angebot erhalten.

Zur Vorbereitung Ihrer Telefonate empfehle ich Ihnen meine 5 B-Formel:

5 B-Formel



zle Success Cooperation

Strategie ist nicht alles, aber ohne Strategie ist alles nichts

Strategie

Bereiten Sie sich gut auf Ihre Telefonate vor. Ich empfehle Ihnen, Ihren Einstiegsatz auszuformulieren. Eine ruhige und sichere Stimme wird Sie überzeugender wirken lassen.

Nutzen Sie nachfolgende 5 Punkte, um sich optimal vorzubereiten:

Die Strategie

1. Unsere positive innere Einstellung / Neugier des Kunden wecken

Was Du austrahlst ziehst Du an!

„Herr/ Frau Kunde, es freut mich, dass ich Sie erreiche. Ich rufe heute aus einem ganz besonderen Grund an!“

2. Aktive JA – Frage abholen

Ein JA verbindet! ☺

„Herr/ Frau Kunde, haben Sie kurz Zeit für mich?“

3. Bestätigung & Informationen holen

Signal => Ich kenne Dich, kein Standardanruf!

„Herr/ Frau Kunde, wir haben in letzter Zeit aus …(Branche)…die Rückmeldung, dass…“
„Inwieweit ist das bei Ihnen auch ein Thema? / Wie lösen Sie das bisher?“

4. Angebot mit individuellem Nutzen!

Speziell für Sie…

„Herr/ Frau Kunde, da wird Sie freuen zu hören, dass wir hier, passend für Sie…“

5. Aktiv zum Abschluss

Vom Berater zum Verkäufer!

„Herr/ Frau Kunde, wie hört sich das für Sie an?“ => „Was ich Ihnen gerne anbieten kann!“

Professionelle digitale Kommunikation

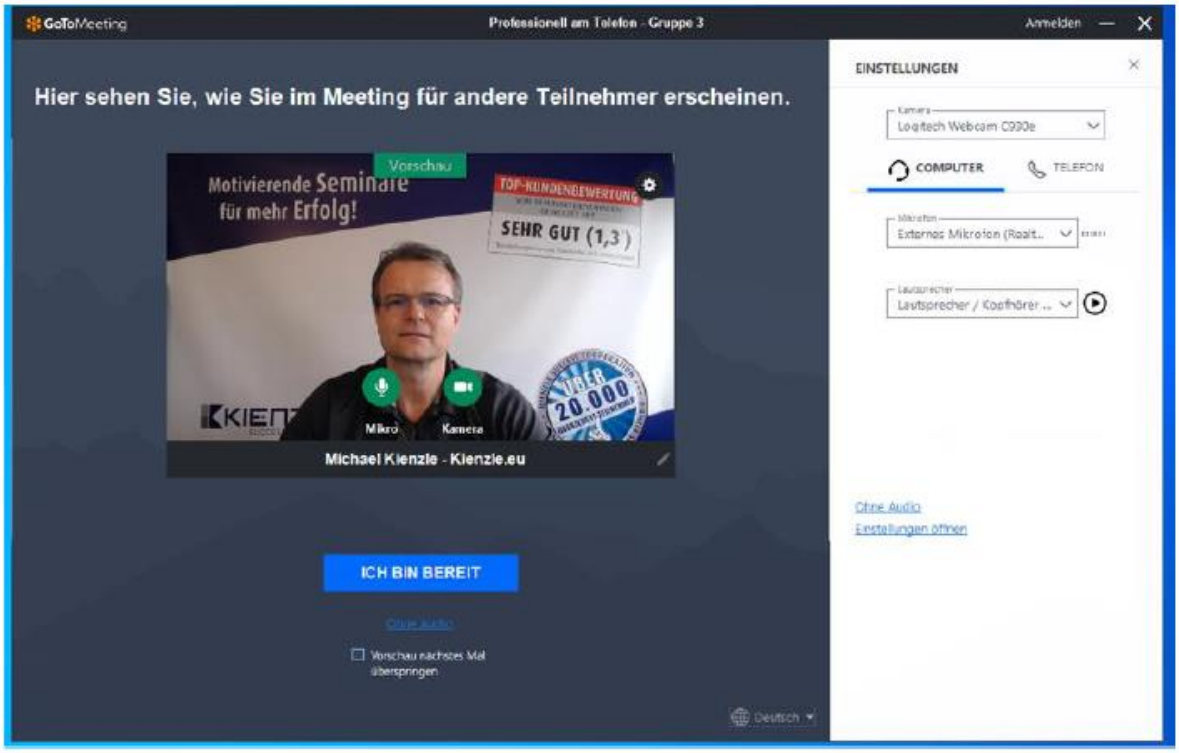
Schon vor 10 Jahren wurde der Begriff *Industrie 4.0* geprägt. Doch erst durch Corona hat die digitale Kommunikation den aktuellen Stellenwert erhalten. Mittlerweile hat jeder Vierte täglich mehr als 10 dienstliche Video-Calls.

Und noch viel wichtiger:
Digitale Meetings haben ihren neuen hohen Stellenwert auch nach der Pandemie behalten. Bisher waren „digitale Treffen“ nur für eher unverbindliche informative Termine oder für als unwichtig eingestufte Gespräche üblich. Doch aktuell investieren Personen und Unternehmen sehr viel Zeit und Geld in ihre professionelle digitale Kommunikation. Bleiben Sie ganz vorne mit dabei. Mit diesem Leitfaden werden Ihre Kunden und Gesprächspartner Sie in Videokonferenzen so authentisch und professionell erleben, als wären Sie live vor Ort.

Die perfekte Vorbereitung

Die richtige Vorbereitung nimmt Ihnen sehr viel Stress und lässt Sie natürlicher rüberkommen. Das verbessert die Atmosphäre sowie die Aufmerksamkeit und damit wiederum Ihre eigene Wirksamkeit in Ihren digitalen Terminen. Mit Vorbereitung oder sogar einem ausgearbeiteten Konzept mit einem festen Setup für Ihre Videokonferenzen gewinnen Sie enorm an gefühlter Kompetenz, Souveränität und damit auch Wirksamkeit.

Nehmen Sie sich also einmal Zeit, den kompletten Aufbau Ihrer Videokonferenzen zu überdenken und strukturiert festzuhalten. So basteln Sie nicht jedes Mal neu herum, sondern wissen genau, wie es perfekt ist. Mit dieser Gewissheit gehen Sie gleich ganz anders in die Gespräche rein. Alle gängigen Programme bieten Ihnen die Möglichkeit, eine Generalprobe zu machen. So können Sie Ihre Bild- und Tonqualität prüfen und gehen mit einem guten Gefühl in Ihr Meeting.



Die Komposition – Zusammenspiel der Technik

Zu Beginn der Pandemie wurden Webcams, Mikrofone sowie Kameras aller Preisklassen mit Gold aufgewogen und an jeder Ecke gab es Ratgeber zu Technik, Ton und Licht. Was dabei etwas aus dem Blick geriet, ist, dass am Ende die Gesamtkomposition, also das Zusammenspiel aller Einzelteile,
zählt. Betrachten Sie sich beim Einstellen und Positionieren der Geräte selbst im Video. Ihr Ziel: Eine möglichst natürliche Gesprächssituation herstellen.

1. Das Mikrofon

Fangen wir mit dem einfachsten an. Vorhandene Mikrofone, wie beispielsweise in Laptops, haben meist eine schlechte Tonqualität.
Deshalb sollten Sie sich und Ihren Teilnehmern eine gute Tonqualität mit einem externen Mikrofon gönnen. Platzieren Sie das Mikrofon vor sich auf dem Tisch, damit Sie direkt reinsprechen können. Sorgen Sie dafür, dass Sie trotzdem den kompletten Monitor betrachten können und dass ebenfalls etwas Abstand zur Tastatur gegeben ist, falls Sie etwas tippen möchten.
Und wichtig: Das Mikrofon selbst sollte nicht im Bildausschnitt auftauchen.

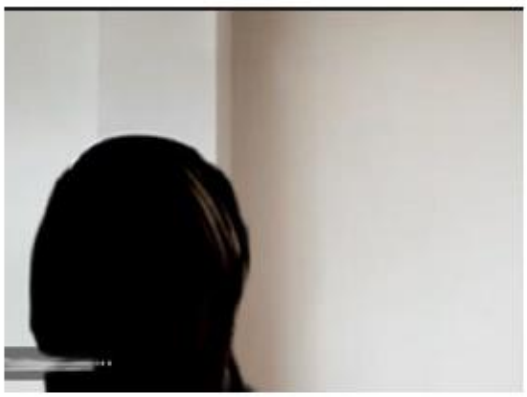
2. Die Kameraposition

Platzieren Sie die Kamera möglichst nah am oberen Rand Ihres Bildschirms. Das ist nötig, damit Sie den Bildausschnitt Ihrer Gesprächspartner ebenfalls nah an die Kamera heranrücken können. So erwecken Sie den Eindruck, dass Sie wirklich Blickkontakt herstellen und nicht „irgendwohin“ schauen.

3. Lichtposition und -farbe

Die optimale Ausleuchtung gibt es nur von vorne. Licht von hinten lässt
Sie als Silhouette erscheinen und kaum Mimik usw. erkennen. Licht von den Seiten oder oben/unten lässt Sie „schattig“ wirken und verstärkt Falten, Augenringe oder lichtes Haar. Auch die „Wärme“ des Lichts spielt eine
Rolle. Zu kaltes Licht lässt Sie künstlich oder kränklich wirken, während zu warmes Licht Sie schnell orange oder rot erscheinen lässt. Achten Sie darauf, dass Sie im Video eine natürliche Hautfarbe bekommen. Nutzen Sie eine
Kamera, können Sie zusätzlich den „Weißabgleich“ einstellen und somit die perfekte Hautfarbe für sich und Ihren Hintergrund einstellen. Ziel ist es immer, möglichst natürlich zu wirken.

Beleuchtung von oben lässt Sie im sprichwörtlich ungünstigen Licht erscheinen



Von hinten beleuchtet erscheinen Sie nur als Silhouette

Der Hintergrund

So wichtig wie die Komposition der Technik ist auch die Komposition Ihres Hintergrundes. Führen Sie Ihre Videokonferenzen im Büro, heimischen Arbeitszimmer oder im Wohnzimmer durch? Alle drei Orte können mehr oder weniger gut geeignet sein. Es gibt Wohnzimmer, die besser als das Büro geeignet sind. Fragen Sie sich: Welche Gegebenheiten sind vorhanden und wie können Sie diese positiv beeinflussen? Kontrollieren Sie folgende Faktoren:

1. Gegenstände im Hintergrund

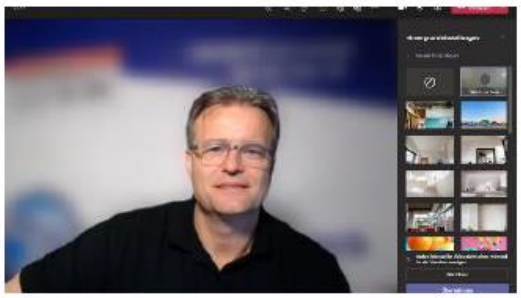
„Wachsen“ Ihnen Pflanzen aus dem Kopf oder liegen Gegenstände herum? Räumen Sie auf und platzieren Sie gerne auch Gegenstände wie Bücher ganz bewusst. Denn strukturierte Hintergründe wirken kompetenter.

2. Bewegung im Hintergrund

Bewegung zieht Aufmerksamkeit an. Egal ob es Autos im Fenster hinter Ihnen, Kinder oder Haustiere sind, bewegt sich etwas, dann lenkt es von Ihnen ab.

3. Virtuelle Hintergründe

Vermeiden Sie virtuelle Lösungen. Diese verstärken die künstliche Atmosphäre. Zudem sind diese ohne Greenscreen oft fehlerhaft. Unseriös wirkende No-Gos sind „lustige Hintergründe“ wie Strände oder Gefängniszellen.



Beispiel mögliche Lösung: Hintergrund weichzeichnen

Geplant, aber nicht konsequent umgesetzt. Wirkt wie Notlösung.

Die Kamera und Ihr Auftreten

Der richtige Hintergrund ist wichtig, damit Sie im Vordergrund stehen können. Ihr Auftreten als Person ist das entscheidende Kriterium für Ihre positive Wirkung in der Videokonferenz.

Gesprächspartner am oberen Rand

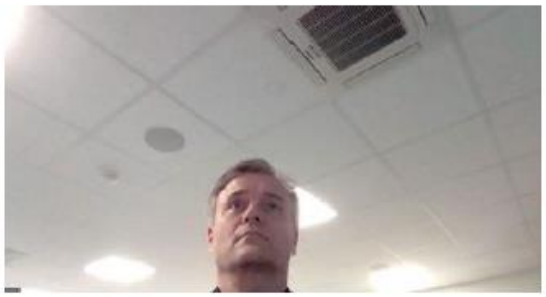
Haben Sie im vorigen Schritt Ihre Kamera am oberen Bildschirmrand platziert, ist es jetzt wichtig, Ihre Sitzposition so einzustellen, dass Ihr Kopf auf Höhe der Kamera ist. Denn der typische „Laptopblick“ von oben herab wirkt zum Beispiel arrogant. Schaut man dagegen auf Sie herab, wirken Sie verloren. Kontrollieren Sie im Testbild, ob Sie Augenhöhe zu Ihren Gesprächspartnern erreichen.

Nächster wichtiger Faktor ist der passende Bildausschnitt, welcher nicht nur für den Hintergrund wichtig ist. Es ist auch essenziell, wie groß Sie erscheinen und was man von Ihnen sieht. Das ist das Wichtigste für Ihr Auftreten:

Sie sind mehr als nur ein Kopf

Denn neben dem „Lächeln“ als Sympathiefaktor haben wir alle gelernt, in Gesprächen auf unsere Körpersprache zu achten. In der Videokommunikation wird dieser Faktor stark unterschätzt. Dabei gilt es hier, noch viel stärker auf die Körpersprache zu achten. Benutzen Sie die Hände? Dann achten Sie darauf, dass diese auch im Bildausschnitt zu sehen sind.

In Ihrem Kameraausschnitt sollte also mehr als nur Ihr Kopf zu sehen sein. Zeigen Sie etwas Oberkörper. So können auch Ihre Gesprächspartner wichtige Hand- und Armbewegungen wahrnehmen. Damit passt Ihre Mimik zum Gesagten.



Negativbeispiel:
Kopf abgeschnitten

Kleider machen Leute

Diese Weisheit ist nichts Neues, doch man sollte sich von Zeit zu Zeit daran erinnern. Es gibt wahre Anekdoten von CEOs, die ohne Hose in der Videokonferenz saßen. Man sollte also meinen, selbst die Mindestanforderung, überhaupt eine Hose zu tragen, hätte sich herumgesprochen. Dem ist nicht so.

So lässt sich ein Trend zu legerer Kleidung feststellen. Dies wirkt ab einem gewissen Punkt nicht mehr seriös. Fragen Sie sich morgens vor dem Home-Office oder vor wichtigen Terminen einfach zum Beispiel: „Was soll ich zu Termin XY am besten anziehen?“

„Von oben“ wirkt schnell arrogant

Das muss nicht immer Anzug und Krawatte sein, aber es sollte dem Kontext angemessen sein. Oder gehen Sie die übliche Routine durch. Entfusseln Sie einmal Ihre Kleidung, richten nochmal die Frisur oder legen etwas Deo oder Parfüm nach. Klar riechen Ihre Gesprächspartner nichts durch Kamera und Mikrofon, doch es beeinflusst unterbewusst Ihr eigenes Auftreten.

Bild-/Ton-Check

Stellen Sie sich nun einmal vor, Sie nehmen den Telefonhörer ab und hören Ihren Gesprächspartner sehr laut sagen: „Hallo? Hallo, können Sie mich hören? Hallo?“ und dann ein 2- oder 3-maliges lautes Klopfen, weil jemand auf den Hörer trommelt. Es ist leicht nachvollziehbar, dass Sie jetzt schon dazu neigen, die Kompetenz Ihres Gesprächspartners anzuzweifeln.

„Hallo, können Sie mich hören?“ ist kein professioneller Gesprächseinstieg

Machen Sie eine Generalprobe, um vom ersten Moment an souverän und kompetent zu wirken. Denn auch digital gilt: Sie haben nur eine Chance für einen guten ersten Eindruck. Kontrollieren Sie also vor dem Termin immer Kamera, Bildausschnitt, Mikrofon sowie Ihre Umgebung und regulieren Sie das Licht. Es spricht nichts dagegen, nachzuregulieren, wenn der Tag zur Nacht wird. Doch zu Beginn sollte alles stimmen. Beachten Sie dabei: Machen Sie den Check so, dass eventuell schon vorhandene digitale Gäste nichts davon mitbekommen.

Mit etwas Übung reichen 3 Minuten vorab für den perfekten Look.

Live: Wirkungsvoll digital

Technik und Vorbereitung sind das eine. Das andere ist Ihr Live-Auftritt vor der Kamera. Alles, was bis hierher passiert ist, war darauf ausgerichtet, Sie möglichst natürlich und authentisch in der digitalen Kommunikation darzustellen. Es geht nicht um künstlerischen Anspruch oder die bestechende Optik von Hochglanz-Werbevideos. Es geht nur darum, Ihre Teilnehmer vergessen zu lassen, dass alles digital stattfindet und dass Sie Ihre volle persönliche Wirkung entfalten können. Dafür gibt es ein paar Kleinigkeiten zu beachten.

Teilnehmer ins Gespräch reinholen

Zuallererst geht es nicht um Sie, sondern um Ihre Teilnehmer bzw. um Ihre Wirkung auf die anderen Personen. Durch die örtliche Entfernung und die virtuelle Grenze des Monitors sind Ihre Teilnehmer emotional weiter entfernt als in Präsenzterminen.

Die Teilnehmer im Blick behalten

Sie stehen also zunächst vor der Herausforderung, die Teilnehmer einzubinden und im Verlauf ein paar Extra-Regeln zu beachten.

Vorstellung

Wenn es keine wiederkehrenden Meetings im gewohnten Kreis sind, beginnt das schon beim Vorstellen aller Teilnehmer. Wer sind Sie? Wer sind die anderen?

Also behandeln Sie es wie bisher auch und leiten Sie eine Vorstellungsrunde ein. Denken Sie auch an eine Begründung, wie zum Beispiel: „Ich denke, wir kennen uns noch nicht alle persönlich. Damit wir heute eine gute gemeinsame Lösung finden, ist es wichtig…“

Gehen Sie mit gutem Beispiel voran und geben Sie dabei den Rahmen vor. Denn je nach Größe der Gruppe oder auch Anlass (Workshop, Meeting, Online-Seminar) ist eine allzu ausführliche Vorstellung ein zu großer Zeitfresser.

Definieren Sie also einen passenden Rahmen:

- bei einem konstruktiven Workshop mit weniger als 6 Personen ist zum Beispiel eine kurze freie persönliche Vorstellung angemessen
- bei einem Online-Seminar mit 6-10 Teilnehmern vielleicht nur eine kurze Vorstellung mit Namen und Position
- bei Seminaren mit mehr als 10 Teilnehmern tut es eventuell auch eine Teilnehmerliste

Erwartungsabfrage

Je nachdem, ob Meeting, Verkaufsgespräch oder Seminar, sollten Sie auch die Erwartungen der Teilnehmer abfragen. So holen Sie die Teilnehmer mit einer inhaltlichen Interaktion ab und finden gleichzeitig ein Ziel, worauf Sie hinarbeiten können.

Stellen Sie beispielsweise Fragen wie:

- Welche Punkte sollten wir heute besprechen, damit Ihre Erwartungen…?
- Welche Erfahrungen haben Sie bisher gemacht mit...
- Inwieweit haben Sie bereits Erfahrung mit...?
- Was sind für Sie wichtige Punkte, welche wir heute besprechen sollten…?

Agenda und Ablauf

Erklären Sie Ihren Teilnehmern auch den Ablauf der nächsten Minuten oder Stunden. So wissen Ihre Teilnehmer, worauf Sie sich einstellen können, und es kommt nicht zu unangenehmen Rückfragen wie „Wann machen wir eine Pause?“

Also erklären Sie:

- Wann passiert was?
- Gibt es Pausen? Wenn ja, wann und wie lange?
- Gibt es einen inhaltlichen roten Faden, den man kennen sollte?
- Gibt es ein festes Ende oder ist das zu erreichende Ziel das Ende?

Regeln vereinbaren

Bei Meetings mit mehreren Teilnehmern lohnt es sich immer, bestimmte Regeln zu vereinbaren. So vermeiden Sie störende Geräusche, Durcheinandergerede oder plötzliches Verschwinden von Teilnehmern.

Beispiele sind hier:

- Bitten Sie Teilnehmer, welche nur als Zuhörer dabei sind, Ihr Mikrofon stumm zu schalten oder übernehmen Sie das. Gibt es doch etwas Wichtiges zu sagen, können sie Handzeichen geben.
- Bitten Sie alle aktiven Teilnehmer ebenfalls, die Stummschaltung selbst aktiv zu nutzen, um Hintergrundgeräusche und Rückkopplungen zu vermeiden.
- Bitten Sie um die Benutzung von Kopfhörern.
- Bitten Sie um das Abschalten des Bildschirms, wenn im Hintergrund etwas Ablenkendes passiert, das sich gerade nicht vermeiden lässt.

Kurze Einführung in das System

Sind Ihre Teilnehmer Profis oder Einsteiger? Klären Sie kurz ab, inwieweit Ihre Teilnehmer mit der Technik vertraut sind. Erläutern Sie kurz die Möglichkeiten der aktiven Teilnahme, wie zum Beispiel die der Stummschaltung oder die Funktionsweise anderer Meeting-Tools, wie Mindmaps oder digitaler Whiteboards, sobald Sie diese verwenden.

Personen direkt ansprechen

Um das Gesagte besser einordnen zu können, ist noch etwas wichtig. Haben Sie mehr als einen Gesprächspartner? Falls ja, kombinieren Sie jede an eine Person gerichtete Aussage mit deren Namen. Viele Menschen vertrauen unterbewusst darauf, dass der richtige Gesprächspartner sich angesprochen fühlt, nur weil Sie diesen anschauen. Doch denken Sie daran: Sie schauen auf einen Monitor. Ihre Gesprächspartner wissen wahrscheinlich nicht, wen Sie ansehen. Das Ergebnis ist dann:

„Tschuldigung, wen meinen Sie?“

Weisen Sie auch Ihre Teilnehmer darauf hin, wenn diese untereinander diskutieren. Lassen Sie diese immer die Personen immer namentlich direkt ansprechen, damit jeder das Gespräch verfolgen kann.

Parallele Aktivitäten moderieren

Dieser Abschnitt betrifft nochmal explizit die „nonverbalen Rätsel“, welche zur bereits erwähnten Zoom-Müdigkeit beitragen. Wir versuchen bisher, Ihren Gesprächspartnern das Gefühl zu geben, als seien Sie persönlich anwesend. Dazu gehört auch, dass Sie im Raum um Sie herum bestimmte Dinge tun. In Meetings, Workshops oder Verkaufsgesprächen tun Sie immer etwas. Entweder schauen Sie in Unterlagen, machen sich Notizen oder holen sich auch mal einen Kaffee.

Dagegen gibt es auch im digitalen Zusammentreffen nichts einzuwenden. Doch denken Sie daran: Die anderen sehen nicht, was Sie tun. Ihren Teilnehmern fällt nur auf, wie Sie zum Beispiel wegschauen, etwas außerhalb des Sichtbereichs tun oder sogar plötzlich ganz vom Bildschirm verschwinden. In Gesprächen vor Ort schauen Sie zum Beispiel auch nicht aus dem Fenster oder checken Ihre E-Mails auf dem Handy, denn das würden die anderen Personen als höchst unhöflich empfinden. Allerdings glauben genau das Ihre digitalen Gäste, wenn Sie diese darüber nicht aufklären, was Sie gerade tatsächlich tun, wenn Sie ständig zur Seite schauen.

Was tut die oder der da?

Moderieren Sie, was Sie tun. Sagen Sie zum Beispiel zu Beginn des Meetings, dass Sie ab und zu auf Ihre Notizen schauen oder neue anfertigen. Oder betrifft Sie der aktuelle Punkt im Meeting nicht? Dann sagen Sie doch einfach, dass Sie sich jetzt kurz eine Tasse Kaffee holen – alles so, als wären Sie tatsächlich vor Ort.

Als Persönlichkeit überzeugen

Beantworten Sie folgende Frage im Stillen für sich: Wie verliefen vor der Pandemie besonders erfolgreiche Gespräche bzw. Gespräche, an die Sie sich gerne zurückerinnern?

Wahrscheinlich haben Sie nun Events mit Menschen im Sinn, mit denen Sie sich gut verstanden haben. Es ist egal, ob es Verkaufsgespräche, Unterhaltungen auf einer Messe oder Seminare mit tollen Teilnehmern waren. Sie alle verbindet eines: Die Chemie und das Drumherum stimmten einfach. Sie haben den ersten Smalltalk über das Wetter oder die Anfahrt geführt und einen Kaffee dabei getrunken. Sie haben aktiven Beziehungsaufbau betrieben. Bleiben Sie in der digitalen Kommunikation so nah an der Realität wie möglich, da unser Unterbewusstsein nie gelernt hat, digital zu kommunizieren.

Smalltalk: Wie war die Anfahrt?

In digitalen Gesprächen gelten die alten Regeln. Begrüßen Sie sich. Trinken Sie demonstrativ einen Schluck Kaffee. Halten Sie sich an die gleichen Grundregeln, wie zum Beispiel, dass Sie nicht gehetzt zum Gespräch zu erschienen. Seien Sie früher bereit und vor allem vorbereitet. Ihre Gesprächspartner merken, wenn Sie abgelenkt sind und ständig auf Unterlagen schielen. Im Analogen würden Sie das auch nicht tun, oder?

Und am wichtigsten: Seien Sie so locker und persönlich, als wären Sie vor Ort. Beginnen Sie das Gespräch beispielsweise mit einem „Hallo Frau Müller, hallo Herr Becker, ich hoffe, Ihre Anfahrt war ebenso schön wie meine.“ Sie werden sehen, so gewinnen Sie das erste Lächeln des Gesprächs.

Teilnehmer einbeziehen

Um eine maximale Wirkung in der digitalen Runde zu entfalten und die Teilnehmer vergessen zu lassen, dass alles online stattfindet, binden Sie Ihre Gesprächspartner aktiv ein. Das hält nicht nur alle wach, sondern es verbessert darüber hinaus das kooperative Ergebnis enorm. Ganz klassisch tun Sie das sogar in Vorträgen: Sie stellen einfach Fragen.

Allerdings bietet auch der digitale Rahmen mehr aktive Mitarbeit. Eine Frage ist nicht Ihr einziges Mittel, um Ihre Gäste besser zu integrieren. Es gibt konkrete Werkzeuge, wie zum Beispiel digitale Whiteboards, an denen jeder mitarbeiten kann. Jeder kann ein digitales Post-it anheften, ein Punkt in einer Liste ergänzen oder etwas von A nach B schieben.

Reichen Sie mir mal bitte die Post-its

Damit gestalten Sie lebhafte digitale Treffen mit großartigen Ergebnissen – so, als säßen sie zusammen in geselliger Runde.

Agieren Sie gerne auch mal als Moderator und binden Sie die Teilnehmer bewusst in die Diskussion ein: „Herr Meier, wie stehen Sie zu dieser Thematik?“

Andere mögliche Fragen:

- Wie ist hier Ihr Eindruck?
- Welche Erfahrungen haben Sie hier bereits?
- Geht das in die Richtung, die Sie sich vorstellen?

Authentische Stimme & Ausstrahlung

Sie sollten im Allgemeinen zwar darauf achten, dass Sie in der digitalen Kommunikation möglichst nah an der analogen Realität bleiben. Doch Ihre Sprache, Stimme und Gestik sollten Sie etwas anpassen, damit Sie diesen Eindruck auch über die Videotelefonie senden können.

Konzentriert und bewusst reden

Ihre Stimme wird technisch transportiert, was Verzögerungen, Ausfälle und eine Verfremdung Ihrer Stimme mit sich bringen kann. Achten Sie also darauf, langsam und deutlich zu sprechen. Doch verfallen Sie bitte nicht in einen „Zeitlupenmodus“. Es geht nur darum, dass Sie sich nicht in Fahrt sprechen und wichtige Aussagen verloren gehen. Sprechen Sie bewusst und kontrolliert.

Machen Sie nach Ihren Aussagen längere Pausen, als Sie das im persönlichen Gespräch gewohnt sind. Denn die Gefahr des Überschneidens von Gesprächsinhalten ist online sehr viel höher als im direkten Gespräch.

Was Sie ausstrahlen, ziehen Sie an

Wirklich spannend sind Sie nur mit Körperspannung. Das ist im in Eindrücken gedämpften digitalen Raum umso wichtiger. Achten Sie verstärkt auf Ihre Körperspannung und vermeiden Sie ein Versinken im bequemen Stuhl.

Machen Sie Gesten nicht zu schnell oder gar außerhalb des Sichtfeldes deutlich. Und das Wichtigste: Auch digital wirkt ein Lächeln oft Wunder.

Ein guter Schluss ziert alles!

Ein gutes Ende in der Kommunikation ist oft ein neuer Anfang. Machen Sie eine Zusammenfassung, in welcher Sie Kunden und Gesprächspartner nochmal einbeziehen:

- „Was war für Sie das persönliche Highlight?“
- „Was werden Sie nun als nächstes umsetzen?

Fassen Sie anschließend für alle zusammen und sorgen Sie dafür, dass ein konkretes Ergebnis stehen bleibt. Fast nichts ist schlimmer, als wenn sich Teilnehmer nach dem Ende fragen „So und was hat das jetzt gebracht?“.

Lächeln und winken

Neigt sich das Gespräch dem Ende zu, beenden Sie es mit einem Lächeln. Denn ein Blick verbindet Menschen und ein Lächeln verbindet Herzen. Es wäre doch schade, wenn Ihr letzter Gesichtsausdruck eine ernste Miene zeigt, weil sie konzentriert den Aus-Knopf suchen. Stehen Sie erst auf, wenn alle Teilnehmer offline sind oder Sie alles deaktiviert haben.

Ein freundlicher Abschluss mit einem Lächeln!

Technikempfehlungen

Kamera

Bei der Kamera gibt es zwei mögliche Varianten. Erstens eine Webcam, welche sich direkt an den PC/Laptop anschließen lässt. Zweitens Foto-/Videokameras, welche meist mit sogenannten „Capture Cards“ angeschlossen werden. Für Videokonferenzen haben alle modernen Kameras mehr als ausreichende Bildqualität.

Logitech C930e Business-Webcam

Eine Webcam mit guter Preis-Leistung. Das Bild lässt sich per Software gut justieren. Hier auf Amazon

Mit Foto-/Videokamera für Top-Qualität

Möchten Sie Top-Qualität oder Sie haben bereits eine Foto-/Videokamera zuhause? Dann bieten sich „Capture Cards“ an. So können Sie die Bildsignale von Geräten mit guter Bildqualität und guten Einstellungsmöglichkeiten direkt in die Videokonferenz bringen.

Mit USB für PC/Laptop: DIGITNOW! HDMI Capture Dongle

Kleines Tool für große AHA-Effekte

Wenn Sie in Ihrem Online-Meeting Bilder oder Videos nutzen, können Sie mit diesem kleinen Studio Controller sich viel Arbeit sparen und sich entspannt auf Ihre Teilnehmer konzentrieren. Elgato Stream Deck

Mikrofon

Beim Mikrofon kommt es prinzipiell erstmal darauf an, ob Sie sich bewegen möchten. Kabelgebundene Mikrofone bieten sehr gute Sprachqualität für wenig Geld. Achtung: Klinkenstecker werden nicht von allen Laptops gut erkannt.

Für Einsteiger

Set mit Mikrofonarm und USB-Anschluss => Auna MIC-900B

USB - Ansteckmikrofon => Lavalier Mikrofon

Für Top-Qualität

Das „Røde NT-USB“ auf Amazon

Die mobile Alternative

Funk-Mikrofon System mit Ansteckmikrofon

Das „Røde Wireless GO“ & „SmartLav+“ auf Amazon

Sonstiges

Neben Kamera und Ton ist noch Licht und je nach Anwendung ein professioneller Hintergrund wichtig.

Licht

Eine ideale Lichtquelle ist mit Stativ, beweglich und in der Farbtemperatur einstellbar. Hier ist ein Beispiel für eine Lichtquelle, die Sie sehr gut hinter dem Monitor platzieren können. Sie können dieses entweder sehr schnell auf-/abbauen oder auch an einem festen Ort stehen lassen.

Das „Elgato Key Light Air“ auf Amazon

Roll-up Hintergrund

Für professionelle Zwecke bietet es sich oft an, einen professionell gestalteten Hintergrund zu benutzen. Ein professioneller Look, der sich auch wieder leicht verstauen lässt, ist hier zum Beispiel ein Roll-up-Display. Diese lassen sich in unter 3 Minuten auf- und abbauen. Mit einer Breite von 1-3 Metern können Sie gute Hintergrund-Konzepte umsetzen. Allerdings müsste hierfür ein Grafiker einen Hintergrund gestalten.

Beispiele für Roll-up Displays bei „Wir machen Druck“

Profitipps für Live-Stream & Effekte

Mit wenig Aufwand Teilnehmer begeistern

Blackmagic ATEM Mini

Für unter € 300 können Sie mit dem Blackmagic Design Atem Mini bereits Effekte einblenden, zwischen verschiedenen Perspektiven blenden und auch Greenscreen professionell einbinden.

Weitere Infos auf Amazon

Blackmagic Design Atem Mini Extreme ISOi

Optimal geeignet für Live-Streams mit Effekten & bis zu 8 Quellen. Das Besondere ist die Möglichkeit, alle Quellen gleichzeitig direkt auf Festplatte im Videoformat zu speichern. Eine Hardware, welche ich mit Begeisterung selbst nutze und gerne jedem empfehle, der mit wenig Aufwand Eindruck hinterlassen will.

Weitere Informationen auf Amazon

Das Fazit für Sie

Chancen gibt es genügend, um Kontakte zu Kunden zu machen. Das Wichtigste dabei ist, sich mit einer klaren Strategie gut darauf vorzubereiten und dann in die Umsetzung zu kommen.

Nicht nur wollen, sondern TUN!

Wir unterstützen Sie gerne dabei mit unseren Vorträgen, Seminaren oder auch unseren innovativen Videokursen.

Sie brauchen noch mehr Informationen?

Dann nutzen Sie die Möglichkeit, in einem kostenfreien Beratungsgespräch mit uns in den Austausch zu gehen und wir besprechen, welche Maßnahme für Sie oder Ihr Team den höchsten Effekt bringen wird.

Wir freuen uns auf Sie!

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg für Ihr Business.

Michael Kienzle

Nutzen Sie unser kostenfreies Beratungsgespräch

Seit 2000 KIENZLE Inspiration & Motivation

Unsere innovativen Videokurse

Auf Messen sich messen

Zum Angebot

Professionell digital kommunizieren

Zum Angebot