



MIT DIESEN 7 PRINZIPIEN STEIGERST DU DEINE ÜBERZEUGUNGSKRAFT!

Soziale Anerkennung und Zugehörigkeit, Vereinfachung und Ressourcenschonung sind Überlebensstrategien seit der Steinzeit. Es sind fest verankerte Verhaltensmuster, aus denen wir kaum ausbrechen können. Selbst dann nicht, wenn sie uns bewusst sind!

Diese Prinzipien, frei nach Robert Cialdini, wurden erstmals im Verkauf angewandt.

Da sie unser gesamtes Leben und unser soziales Miteinander beeinflussen, sind sie ebenso wichtig in der Führung.

Immer wenn Du überzeugend bei Verhandlungen, mit Kunden oder in Meetings und Vorträgen sein willst, hilft Dir das Wissen zu diesen 7 Prinzipien.

TIPP:

Gehe alle 7 Prinzipien durch und überlege Dir, was davon Du bereits gut anwendest und welches Prinzip Du noch ausbauen kannst. Wer kann Dir dabei helfen?

Für mehr Infos: nimm Kontakt zu uns auf!

EIN KURZER ÜBERBLICK

Das Prinzip Reziprozität

Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft.

Das Prinzip Commitment und Konsistenz

Der Mensch widerspricht gerne anderen, aber nie sich selbst!

Das Prinzip Soziale Bewährtheit

Wenn viele es machen, muss es richtig sein...

Das Prinzip Sympathie

Aristoteles: Die Gleichheit ist die Seele der Freundschaft.

Das Prinzip Autorität

Der Gott in Weiß.

Das Prinzip Knappheit

Was schwer zu bekommen oder begrenzt ist, ist mehr wert.

Das Prinzip Automatismen

In der Wiederholung liegt die Kraft oder auch... die Bauchentscheidung.



MIT DIESEN 7 PRINZIPIEN STEIGERST DU DEINE ÜBERZEUGUNGSKRAFT!

DAS PRINZIP REZIPROZITÄT

Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft

Diese Regel funktioniert in allen Kulturen. Durch das Netz gegenseitiger Dankesschuld konnte sich der Mensch erst weiterentwickeln. In der Vergangenheit war es wichtig, dass Menschen sich in der Gemeinschaft auf die Absprachen des Tauschhandels verlassen konnten. Wer sich nicht daran hielt wurde schnell isoliert. Der gesunde Mensch strebt also danach in die Gemeinschaft integriert zu sein. Das ist tief im Sozialgedächtnis verankert und deshalb ist diese Regel so hochwirksam.

Sie funktioniert selbst dann, wenn man etwas gar nicht haben will, oder den Geber unsympathisch findet. Wer nichts zurückgibt, wird schnell als Schmarotzer abgestempelt oder erleidet heftigste Sanktionen. Um dies zu vermeiden, gibt man meist sogar mehr als man bekam. Man zahlt lieber drauf, als für einen Schnorrer gehalten zu werden.

Diese Regel hat eine irrsinnige Power, man tut und gibt Dinge, die ohne Verpflichtung mit Sicherheit abgeschlagen worden wären. Ein gutes Beispiel ist die Bereitschaft nach einem erhaltenen Geschenk mehr zu spenden als ohne Geschenk. Achte doch beim nächsten Mal auf entsprechende Werbebriefe, sie enthalten meist Geschenke.

Nach einem Geschenk, und sei es nur ein überaus freundlicher Empfang, ein reizendes Lächeln, eine gute Beratung in einem Geschäft... entsteht ein innerer psychischer Druck, etwas zurückgeben zu müssen. Wenn Du z.B. in einem Geschäft sehr gut beraten wirst – hast Du dann nicht auch oft das Gefühl dort auch kaufen zu müssen – das bist Du dem Verkäufer schuldig?

Das kannst Du auf mehreren Ebenen für Dich nutzen.

1. Geben und Nehmen – und nochmals nehmen

Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft und schaffen Abhängigkeit

Wenn Du Deinen Kunden gegenüber besonders aufmerksam, hilfsbereit oder großzügig bist, entsteht ein innerer Druck, Dir auch etwas Gutes zu tun. Dies kann dann eine zusätzliche Information, Empfehlung oder eben der Abschluss sein.

Und das Beste: Es folgt nicht einfach Aktion und Reaktion – Deine Kunden werden sich über das eigentliche Tun hinaus an deine „Geschenke“ erinnern und dir auch längerfristig etwas zurückgeben wollen.



MIT DIESEN 7 PRINZIPIEN STEIGERST DU DEINE ÜBERZEUGUNGSKRAFT!

2. Neuverhandeln nach Zurückweisen

Du bietest einer Person, deren Kooperationsbereitschaft für Dich wichtig ist etwas an und diese lehnt es als zu teuer/ unrealistisch/ aufwendig ab.

Diese Zurückweisung geht auf Seiten des Ablehnenden immer mit einer Art schlechtem Gewissen einher – nutze das, um jetzt einen kleineren Gefallen einzufordern. Die Chance, dass deine Bitte erfüllt wird, ist jetzt sehr groß! Du kannst es auch nutzen, um Dein eigentliches Anliegen sicherer durch zu bringen, wenn Du vorher absichtlich etwas Größeres forderst.

Fazit:

Nach dem Prinzip der Reziprozität funktionieren:

Kleine Aufmerksamkeiten/Geschenke, reizvolle Bonussysteme, Süßigkeiten, Essenseinladungen, Respekt (was man gibt, kommt zurück!) Informationen und Zugeständnisse.

DAS PRINZIP COMMITMENT* UND KONSISTENZ

**Der Mensch widerspricht gerne anderen,
aber nie sich selbst!**

Der Mensch hat ein zwanghaftes Bestreben konsistent zu sein oder zu erscheinen. Sobald eine Entscheidung getroffen ist, drängt intrapsychisch alles danach daran festzuhalten, d.h. in Übereinstimmung mit früherem Verhalten zu handeln.

"Wer A sagt, muss auch B sagen"

Diese Regel hat eine hohe Akzeptanz von Seiten der Gesellschaft, denn sie bringt Erleichterung im immer komplexer werdenden Alltag. Einmal getroffene Entscheidungen können beibehalten werden, man braucht nicht mehr darüber nachzudenken. Die Welt scheint verlässlich und berechenbar.

Leider trifft das Festhalten an dem eigenen Commitment auch dann zu, wenn die Bedingungen, die zu der Entscheidung geführt haben, längst nicht mehr vorhanden sind, die Entscheidung hat „Wurzeln geschlagen“. Das führt dann z.B. zum Festhalten an teilweise unsinnigen Entscheidungen oder dem Nichtanpassen einer Vertriebsstrategie etc.

Am effektivsten sind Commitments, wenn sie aktiv, öffentlich geäußert und mit Mühe verbunden sind. Zudem sollten sie als eigenständig motiviert und nicht als erzwungen erlebt werden. Das heißt, alles, was ein Mensch sich selbst erarbeitet oder erdenkt, erhöht die Verbindlichkeit.



MIT DIESEN 7 PRINZIPIEN STEIGERST DU DEINE ÜBERZEUGUNGSKRAFT!

In der Verhandlung und im Verkauf wird dies folgendermaßen eingesetzt:

Zuerst wird mit einer Nutzenargumentation langsam ein freundliches Yes- Set aufgebaut (Ja-Sage-Zustimmungs- Zyklus). Es werden die ersten Ideen gesät.

Dann frage nach, unter welchen Umständen dein Gesprächspartner sich das Gewünschte vorstellen kann. So beginnst Du, das Commitment langsam und mit einfachen, recht unverbindlichen Fragen zu steigern und zu lenken. Achte immer darauf Deinen Gesprächspartner seine Sätze eigenständig formulieren zu lassen und nicht zu viel vorzugeben.

Hier ein kleiner Trick die eigene Verbindlichkeit zu steigern:

Schreibe Deine Ziele auf. Und suche Dir einen Zielepartner, mit dem Du darüber sprechen kannst.

Denn: Die Wahrscheinlichkeit ein Ziel auch auszuführen liegt bei 20%, wenn Du es nur aufschreibst. Bei 40%, wenn Du es aufschreibst und darüber redest. Und Du kannst die Verbindlichkeit auf 80% steigern, wenn Du das Ziel aufschreibst, darüber redest und von jemand begleitendes Feedback erhältst.

Fazit:

Ergebnisse oder Lösungen nicht vorgeben, sondern selbst erarbeiten lassen. Alles, was selbst erarbeitet wurde, wird viel eher akzeptiert.

DAS PRINZIP SOZIALE BEWÄHRTHEIT

**Wenn viele es machen, muss es richtig
sein...**

Der Mensch hat die Tendenz anzunehmen, eine Handlung sei richtiger, wenn andere sie auch ausüben (z.B. Gruppendruck, fehlende Zivilcourage bei großen Gruppen, wenn keiner den ersten Schritt macht).

Der Mensch lernt zum größten Teil über Nachahmung. Es gibt 95% Nachahmer und nur 5% gehen voran.

Beispiel

Ein vorbestückter Klingelbeutel bei der Kollekte erwirtschaftet mehr Spenden.

Angstkindern wird mehrmals nebenbei ein Video vorgespielt, bei dem andere Kinder locker mit einem Hund spielen, mit sehr gutem therapeutischem Effekt... Nach 2-3 Stunden verringert sich die Angst deutlich.

Fazit:

Zeige Deinem Gesprächspartner, wie andere reagiert haben.

Nutze Storytelling, um über die Erfolge anderer zu berichten.

Referenzen wirken Wunder (Meinungsbildner, Zitate, im Freundeskreis...).



MIT DIESEN 7 PRINZIPIEN STEIGERST DU DEINE ÜBERZEUGUNGSKRAFT!

DAS PRINZIP SYMPATHIE

Aristoteles: Die Gleichheit ist die Seele der Freundschaft

Eine gut aufgebaute Sympathie schafft Verbindlichkeit bis Abhängigkeit, denn Ähnliches ist nicht gefährlich, sondern hat eine Sogwirkung.

Die Sympathie erhöht sich durch:

Attraktives, gepflegtes Äußeres

Gutaussehenden und gepflegten Menschen wird unbewusst mehr Begabung, Freundlichkeit, Ehrlichkeit und Intelligenz zugeschrieben. Sie wirken überzeugender.

schön = gut

Attraktivität macht sympathisch und Sympathie macht gefügig.

Ähnlichkeit, Gemeinsamkeit

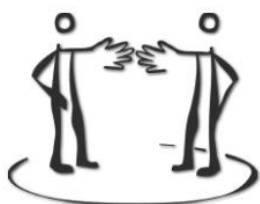
Suche nach verbindenden Elementen zwischen Dir und dem anderen.

Ähnlichkeiten können sein:

Kleidung, Interessen, Herkunft, Alter, Erlebnisse, Stimme, Geruch, Getränkewahl, Körperhaltung, Tonalität, Ausdrucksweise, Stimmung

...all dies kann gespiegelt werden.

Achtung: Ähnlich machen, aber nicht nachäffen!



Komplimente: „Ich mag Sie.“

Sie bedienen auch die Reziprozität.

Schmeichelei, Lobhudelei, Honig um den Bart schmieren...

Menschen reagieren mittelfristig positiv auf Komplimente. „Könnte ja was dran sein...“

Egal ob ehrlich gemeint oder nicht, sie haben eine Wirkung!!!

(Natürlich ist es ethischer, es auch ernst zu meinen!)

Kontakt

Wir mögen das, was wir kennen und bilden mehr Verständnis, wenn es schon mal Kontakt gab.

→ Ideen säen, also Dinge, die in Zukunft anders gemacht werden sollen, häufiger zeigen, ansprechen etc.

→ Zusammenarbeit mit bekannten Personen erwähnen, oder früheren Kontakt auffrischen.

Konditionierung und Assoziation

Produkte werden mit positiven Botschaften oder Botschaftern in Verbindung gebracht.

Daher wirkt z.B. Werbung mit Prominenten und emotionale Werbung für Zigaretten.

Wirksam ist auch die Verbindung von z.B. Argumenten und gutem Essen. Sorge also für ein angenehmes Setting/Umgebung, wenn Du etwas verhandeln oder eine Änderung einbringen willst.

Und denke immer daran:

Der Überbringer der Nachricht IST die Nachricht!

Im Guten wie im Bösen!



MIT DIESEN 7 PRINZIPIEN STEIGERST DU DEINE ÜBERZEUGUNGSKRAFT!

Fazit:

Nett und sympathisch zu sein erzeugt weniger Widerstand und so kostet es Dich weniger Energie an Dein Ziel zu kommen.

Wenn Du etwas erreichen willst, Sorge für angenehme Begleitumstände.

Lege den Fokus im Umgang mit Personen auf Gemeinsamkeiten, nicht auf die Unterschiede.

Sei großzügig mit (ernstgemeinten) Komplimenten.

DAS PRINZIP AUTORITÄT

Der Gott in Weiß.

Das Autoritätsprinzip wirkt bis zum blinden Gehorsam. Im Extremfall führte es schon dazu, dass schwere, offensichtliche Fehler von leitenden Ärzten nicht von anderen Ärzten korrigiert werden. Oder der Pilot nicht vom Co-Piloten – daher heißt dieses Phänomen auch Co-Pilotensyndrom.

Getreu dem Motto: „Er ist der Experte und wird schon wissen, was er tut...

Die Folgen können verheerend sein!

Ebenso wie Du besser vermeiden solltest in Deinem Team keine Kontrollinstanz für dich zu haben, oder Deine eigene Expertise aufgrund von Unsicherheiten nicht zur Geltung bringen zu können, kannst Du das Prinzip Autorität auch positiv für Dich nutzen.

Baue Autorität über folgende Dinge auf:

(Körper-) Sprache

Stimme: Tonalität (tief), Frequenz (ruhig),

Körperhaltung: Symmetrie, langsamer bewegen, sprechen und Raum einnehmen durch große Gesten

Aussehen: attraktiven & gepflegten Menschen glaubt man mehr

Tatsächliche Kenntnisse

- Professionalität, spezifische Fachkenntnisse, gute Ausbildung
- eloquente Umgangsformen und Sprache
- Soziale Kompetenz: z.B. Schwächen offen ansprechen können, Emotionen zeigen können

Die Expertenposition kann auch durch Problemkompetenz erreicht werden.

Sprich: Kennst Du die Probleme Deines Kunden, wird Dir automatisch unterstellt, sie auch lösen zu können.

Symbole

Titel, Kleidung (Uniform), Auto, Haus, Yacht, Uhr/ Schmuck...

Je höher der Bekanntheitsgrad, desto höher der Status.

Fazit:

Du musst nicht zwingend ein Top-Experte sein, man muss Dich nur als solchen wahrnehmen.

Und wenn Du einer bist, dann Sorge dafür, dass andere es bemerken können!!





MIT DIESEN 7 PRINZIPIEN STEIGERST DU DEINE ÜBERZEUGUNGSKRAFT!

DAS PRINZIP KNAPPHEIT

**Was schwer zu bekommen oder begrenzt ist,
ist mehr wert.**

Knappheit ruft eine emotionale Erregung hervor, die klares Denken erschwert. Dinge, die schwer zu erreichen sind, erscheinen wertvoller und attraktiver. Es entsteht eine **Sogwirkung**.

Das Prinzip Knappheit ist dann besonders wirksam, wenn:

- Dinge erst neuerdings knapp sind - im Gegensatz zu solchen, die immer knapp sind.
- Konkurrenz „im Haben wollen“ vorhanden ist – z.B. die Vergabe eines wichtigen Projekts.
- ein Zeitlimit oder Fristen gesetzt werden.
- Informationen oder Dinge „Exklusiv sind.“

Diese Dinge führen im Gehirn dazu, dass man knappe Angebot/ Produkt/ Information unbedingt haben will. Oft selbst dann, wenn man sie nicht benötigt.

Weitere Verstärker des Prinzips Knappheit sind:

- Reaktanz – meint den Trotz bei Einschränkung der Wahlfreiheit
- Zensur – gibt einen Mehrwert durch das empfundene Verbot
- Macht – & Überlegenheitsgefühl, wenn man, einzigartige Vorteile erwirtschaftet oder exklusive Informationen gewinnt

Fazit:

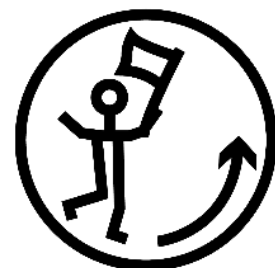
Das Knappheitsprinzip beeinflusst den Verkauf stark.

Jeder von uns kennt bei Amazon die Angabe „Noch 3 Stück verfügbar“

Die machen das nicht zum Spaß, sondern weil es nachweislich Kaufentscheidungen zu ihren Gunsten beeinflusst.

Erzeuge Exklusivität, schaffe Begründungen für Deadlines.

“Wenn Sie noch in diesem Jahr kaufen, bekommen Sie das Produkt noch zu den günstigeren Konditionen...”



MIT DIESEN 7 PRINZIPIEN STEIGERST DU DEINE ÜBERZEUGUNGSKRAFT!

DAS PRINZIP AUTOMATISMEN

In der Wiederholung liegt die Kraft oder auch... die Bauchentscheidung.

Automatismen sind komplex geprägte Verhaltensmuster. Sie kompensieren und vereinfachen den immer schneller werdenden Alltag.

Durch immer größere Informationsauswahl und zunehmender kognitiver Beanspruchung ist eine sorgfältige Analyse aller relevanten Argumente und Informationen häufig nicht mehr möglich. Daher wird auf einzelne Merkmale fokussiert.

Das führt oft zu:

- Schnellschuss- Ansatz, da vermeintlich keine Zeit vorhanden ist
- einfache Lösungen, auch wenn sie nicht logisch sind
- Bewährtes wird Neuem vorgezogen

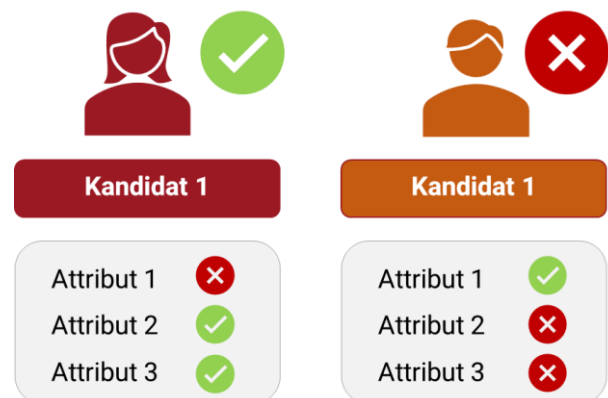
Ein typischer Automatismus:

Menschen streben nach einem guten Preis-Leistungsverhältnis. Dabei hat sich gezeigt, dass die Beurteilung dieses Verhältnisses vom Fachwissen zum Produkt abhängt.

Bei **geringem Fachwissen** muss das Produkt teuer sein, damit man seinen Wert glaubt. Hier gilt die Regel: Was nichts kostet, kann nichts wert sein.

Bei **hohem Fachwissen** wird auf den günstigsten Preis geachtet. Hier kann eine logische Entscheidung getroffen werden, da die Qualitätskriterien bekannt sind.

Auch der **HALO-Effekt** ist teilweise hierin begründet. Du kannst ihn für Dich nutzen, indem Du im Vorfeld Autorität aufbaust.



Der HALO-Effekt beeinflusst Personenbeurteilungen, indem ein herausragendes Merkmal die Einschätzung anderer Eigenschaften beeinflusst. Positives wird auf andere Qualitäten übertragen, wie z.B. Attraktivität, die zu Annahmen über Intelligenz oder soziale Kompetenz führen kann. Demgegenüber steht der HORN-Effekt, der von einem negativen Merkmal auf die Gesamtperson schließt.

Fazit:

Dein Vorteil des Prinzips Automatismen liegt auf der Hand:

Wenn Du die für den wichtigsten Punkte erfüllst, dann musst Du mit dem Rest nicht mehr überzeugen.

In dem Du Vergleiche & Kontrast zur bisherigen Lösung ziehst, erleichterst Du ebenfalls die Kaufentscheidung.



DIE PSYCHOLOGIE DER ÜBERZEUGUNG NACH ROBERT CIALDINI

ichwillumsatz.de



MIT DIESEN 7 PRINZIPIEN STEIGERST DU
DEINE ÜBERZEUGUNGSKRAFT!

CIALDINI: DIE PSYCHOLOGIE DES ÜBERZEUGENS

Ein Lehrbuch für alle, die ihren Mitmenschen
und sich selbst auf die Schliche kommen
wollen.

Robert B. Cialdini



Robert B. Cialdini beschreibt in seinem Buch
7 Prinzipien der Überzeugungs- Psychologie.
Der Autor hat zu jedem Prinzip
wissenschaftliche Studien entweder selbst
durchgeführt oder auf fantastische Weise
recherchiert.

Das Buch ist lebhaft, anschaulich und sehr
verständlich geschrieben und lädt zum
direkten Ausprobieren ein.



ichwillführen.de
Alexandra Daskalakis
Marc Mütz

MOBIL
+49 177 15 64 867
+49 175 80 03 516

POST/SITZ
An der Schießbrute 41
47877 Willich

verantwortlich für den Inhalt
LeadingMind GmbH
kontakt@ichwillführen.de