

Wissens-Forum

**Konkretes Praxiswissen
Austausch mit Kollegen**

Webinar-Staffel für Zukunftsgestalter. Mit relevanten Themen
der Unternehmensführung, um täglich besser zu werden.

Wenn Shakespeare Ihre Akquise machen würde

21.4.2021

Susanne Storck, Schauspielerin, Akquise- und Präsentationstrainerin

P R O T O K O L L

Impulsvortrag

- Schauspiel-Einlage: “Kribbeln im Bauch” egal ob als Schauspielerin oder in der Akquise
- Anekdote von Barbra Streisand zum Thema “Lampenfieber”
- Wir vermeiden Risiken, weil wir Angst vor Fehlern haben
- Im Leben und in der Akquise gibt es 2 Hauptmotive: Angst und Liebe
 1. Liebe in der Akquise heißt, wirklich präsent sein und wirkliches Interesse zeigen
 2. Angst zeigt 3 Ausdrucksformen in der Akquise
 - Lähmung: den Kunden rufe ich jetzt nicht mehr an, es ist ja auch Corona
 - Flucht: Ausreden, Zeit verstreichen lassen
 - Dominanz in Form von Hochmut
- Worst Case-Szenario: Erfahrung des ersten großen Akquisegesprächs von Frau Storck
- **5 Wirkfaktoren:** Wie würde ein Theaterautor Ihre Akquise inszenieren?
- Unser Körper wirkt in jedem Moment mit
 1. **Umgang mit Lampenfieber:** Augen schließen, Atemzug nehmen, Füße spüren: Welcher Fuß ist schwerer? Wie viele Zehen können Sie identifizieren? Jetzt gehen Sie zu den Waden. Zum Oberkörper... Diese Übung wirkt, weil das Gedankenkarussell im Gehirn durch den Fokus auf den Körper gebremst wird. Bekämpfen geht nicht. Denn was wir bekämpfen, wird mehr.

2. **Stimme:** Wenn die Stimme wegbricht oder zu hoch wird, wird es unangenehm. Der Schlüssel ist unser Atem. Wenn dieser gedrückt ist, wirkt sich das auf die Stimme aus. Besonders am Telefon ist die Stimme das Einzige, was der Kunde aufnimmt. Man spricht auch von einer Stimpersönlichkeit. Lächeln ist wichtig, positive Bilder erzeugen.
 3. **Kunst in Bildern oder Drehbüchern zu sprechen:** Wenn Sie wollen, dass Ihre Kunden Sie verstehen, sprechen Sie in Bildern. Wenn Sie eine Dienstleistung verkaufen, bringen Sie Ihren Kunden über die Bilder in Emotionen. Dann kauft er lieber. Nehmen Sie Ihre Kunden mit und sorgen Sie dafür, dass er Sie wirklich interessiert. Holen Sie ihn immer wieder über den Sog der Bildsprache zu sich.
 4. **Die Struktur:** Stellen Sie sich vor, Sie haben 5 Tennisbälle und werfen Ihrem Gegenüber alle auf einmal zu. Wie viele wird er wohl fangen? Vielleicht einen, vielleicht sogar keinen. Das ist ein Beispiel für die Überfrachtung mit Argumenten. Wenn ich Ihnen 5 Argumente auf einmal präsentiere, werden diese schwer fangen. Wenn man Sie hören soll, machen Sie es schrittweise. Ein Argument, Pause, zweites Argument, Pause. Maximal 5 Argumente.
 5. **Wie gehe ich mit dem Subtext um?** Das können Sie von Schauspielern lernen. In einer wirklich erfolgreichen Akquise ist der Umgang mit einem Subtext, also dem was unter einem Text liegt, entscheidend. Der Subtext zieht Mimik, Gestik und Körpersprache nach sich. Wir können durch die Subtexte unsere Akquise und unseren Erfolg steuern.
 1. Subtext "In Verbindung mit dem Kunden kommen": Sie interessieren mich, ich möchte Sie unterstützen. So entsteht eine partnerschaftliche Ebene, auf Augenhöhe, Sympathie.
 2. Subtext "Klarheit und Führung, Struktur": Ich führe in einer Preisverhandlung, ich bin klar und komme auf den Punkt. Verbindung plus Führung und Struktur = Erfolg
- Wir können nicht nicht wirken. Wir wirken immer und überall. Wenn Sie mit Ihren Kunden Erfolg haben möchten, setzen Sie Ihre Wirkung ein.
 - Gewinner erkennt man Start. Verlierer auch.
 - Wir haben oft kein Bewusstsein für unsere Wirkung.