

MUT zur Selbstpräsentation

Vortrag 7it 14. November 2011

Einstieg:

Wofür eine Kurzpräsentation, welcher Sinn steckt dahinter?
Was ist dafür notwendig, was wird benötigt?

Grundvoraussetzung:

M	Meine Persönlichkeit	<ul style="list-style-type: none"> - Gewonnen und verloren wird zwischen den Ohren - Meine Persönlichkeit (Wer bin ich, was will ich, was ist meine Schwierigkeit mit der Selbstpräs./ Kaltakquise?)
U	Umsetzung	- Gliederung des Elevator Pitch zur Hilfe bei der Selbstpräsentation (siehe handout)
	Unterstützung	<ul style="list-style-type: none"> - Hole Dir Unterstützung (Netzwerk, Coach etc.) (Gründer-/ Unternehmerzuschuss der KfW-Bank)
T	TUN	<ul style="list-style-type: none"> - Üben (neue Nervenbahnen schaffen) - Spaß haben (wenn nicht bei wieder bei M beginnen) - tu ich nix passiert nix – tu ich was, können Dinge geschehen - ständiger Begleiter: Was kann schlimmsten Falls passieren? Kunde sagt Nein kein Interesse: Ist das wirklich so schlimm?

Tipp:

- Verkaufe Sie nicht sich sondern Ihr Produkt!
- Verkaufe sie Ihrem Wesen entsprechend!
- Seien Sie spürbar anders und haben Sie SPASS dabei!
- Lassen Sie andere Stimmen für sich anbieten: „Meine Kunden sagen.../ die Rückmeldung meiner Kunden sind.... usw.“
- Stellen Sie Fragen und lasse Sie Ihr Gegenüber sprechen, dann wissen Sie wo er steht und welches Leidensdruck er hat!
- Lernen Sie ein paar systemische Fragen, die im Verkaufsgespräch für Gegenargumente nutzen können. Z.B.: bei der Aussage – Ich in zufrieden mit der Konkurrenz: „Was müsste passieren/ müsste das Produkt/ Dienstleistung aufweisen, damit sie noch zufriedener wären?“ usw.

30 Sekunden, die über Ihren Erfolg entscheiden privat wie beruflich

Mit dem Elevator Pitch überzeugen

Definition:

Kurzpräsentation der eigenen Person oder Unternehmen, meist ohne technische und optische Hilfsmittel.

Anwendungsgebiet:

Privat: Party, zufällige Treffen, small talk...

Beruflich: Treffen allgemein, Kennenlernen, Präsentationen, Messen etc.

Ziel:

Der Andere soll eine erste Idee/ ersten Eindruck von Ihren Dienstleistungen/ Produkten/ Person bekommen und das Produkt/ Dienstleistung spannend finden.

Allgemeiner EP oder spezieller EP?

- Es gibt Anlässe da kennen Sie Ihr Gegenüber nicht, dann wählen sie einen allgemeingültigen EP, der ihren Nutzen darstellt.
- Anlässe bei dem Sie Ihr Gegenüber kennen oder das Thema oder die Zielgruppe wählen sie einen speziellen EP, abgestimmt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe/ der Person.
- Ideal ist es, wenn Sie einige EP's für den Notfall in der Hinterhand haben. Besser aber spontan auf die Gruppe/ ihr Gegenüber reagieren können und spontan Aktuelles aufgreifen und in ihren EP einbauen.

Ziel ist spielerisch mit der eigenen Selbstpräsentation umzugehen. Je authentischer, desto besser bleibt diese haften. Spaß, Lachen, und „vermeintliche Fehler“ sind erlaubt und bringen oftmals den Sympathiebonus!!!

Aufbau des Elevator Pitch:

Vorbereitung

Was macht mich spannend?

- Wer bin ich/ was will ich/ Was motiviert mich? Was fällt mir leicht? Z.B: Stärken Schwächen -/ Persönlichkeits- und Motivationsprofilung
- Wer steht mir gegenüber? Wo hat mein Gegenüber seinen Leidensdruck?
(Bedürfnis → Bedarf → Leidensdruck → Traum)
Nutzen: Funktions- / Gefühls-/ Prestigenutzen
- Wo bin ich sichtbar und spürbar anders/ besonders als Andere / als die Konkurrenz?
(Persönlichkeit/ Produkte/ Dienstleistungen/ Außenkommunikation/ Service)

4 Phasen (vergleichbar mit AIDA-Regel):

1. Information (Attention – Aufmerksamkeit)
2. Spannung aufbauen (Interest – Interesse wecken)
3. Spannung lösen (Desire – Wunsch nach Produkt wecken)
4. Folgeimpuls (Action – Aktion anschließen)

Details:

Phase 1 Information: „Ich bin...“

Was machen sie beruflich?

Klare, kurze und deutliche Aussage über Sich/ Deine Firma.

z.B.: Ich bin Experte für../ wir beschäftigen und mit/ Unser Unternehmen..

Phase 2 Spannung aufbauen: „Frage o. Metapher..“

Spannung aufbauen mit einem Symbol/ Bild/ Metapher/ Beispiel/ Frage/ Geschichte/ erstaunliche Information/ *provokative These* um Interesse zu schaffen und Aufmerksamkeit zu binden.

Ziel: Gegenüber möchte wissen, wie Du das Problem löst/ Frage beantworten/ Du mit der Herausforderung umgehst →

Phase 3 Spannung lösen: „Dein/ Euer Produkt...“

Wie lösen Sie das Problem /die Frage mit ihrer Dienstleistung/ ihrem Produkt? Was können Sie Ihrem Gegenüber als Lösung anbieten?

Ziel: Gegenüber erkennt seinen Nutzen in Ihrer Dienstleistung/ Produkt.

Phase 4 Folgeimpuls: „Wie geht’s weiter?“

Und jetzt? → dem Gegenüber ein Folgeimpuls liefern:

Angebot für Vortrag/ Workshop/ Fachartikel/ Check up/ Newsletter/
/ Artikel/ individuelles Angebot → Aktiv Verbindlichkeit herstellen

Allgemein gilt:

- Seien Sie klar was Sie bewirken wollen
- so unkompliziert wie möglich– im Einfachen liegt die Lösung
- Pausen für Rückmeldungen einbauen/ Dialog führen
- anschauliche Sprache/ bildhafte Sprache (visuelle Typ)/ Körpersprache
- zeigen Sie Begeisterung für Ihr Produkt/ Dienstleistung
- konkrete Aussagen – Verbindlichkeit schaffen – Sie leisten Ihrem Kunden einen Gefallen!!!

... und wann überzeugen Sie???

Angebot:

Sie können mich für Fragen oder mehr jederzeit anrufen...

ich freue mich auf Sie...

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit und viel Erfolg wünscht

Anerkannte **KfW-Beraterin**, d.h. für Sie als Selbständige/r Unternehmer/in, dass wir einen Coachingprozess (z.B.: Persönlichkeitsentwicklung, Selbstpräsentation uvm.) bis zu 90 % bezuschussen lassen können.

