

Kommunikation

Sie kommunizieren ständig, ganz gleich, ob es Ihnen bewusst ist oder nicht. Kommunikation ist nicht nur der mündliche und schriftliche Austausch von Informationen zwischen Menschen, sondern auch der mit Hilfe von Bildern und Körpersprache.

Kommunikation, insbesondere die Propaganda, wurde früher betrachtet als einfaches „Kanalieren“ von Informationen, wobei ein „Sender“ einem wehrlosen oder unkritischen Empfänger Informationen einbläute. Heutzutage haben wir eine weitaus differenziertere Sicht der Kommunikation und der Beziehung zwischen Sender und Empfänger.

Als Verkäufer möchten Sie das Interesse des Empfängers an Ihrer Botschaft wecken und ihn dazu bewegen, sein Verhalten nach Ihren Wünschen zu ändern. Sender und Empfänger haben Ziele, Bedürfnisse und Absichten, von denen einige verborgen oder unbewusst sein mögen.

Die Umstände, unter denen Kommunikation stattfindet, variieren je nachdem, ob Sie mit Unternehmen, Mitarbeitern oder Endverbrauchern/Privatpersonen kommunizieren.

In jedem Fall ist es aber wichtig, dass Kommunikation

- **Einfach ist**
- **Ehrlich ist**
- **Aufrichtig ist**

Sprechen Sie grundlegende Interessen an

Das wesentliche Interesse eines Unternehmens besteht darin, Geld zu verdienen. Dann folgen die Entwicklung und Verbesserung der Geschäftstätigkeiten, um weiter Geld verdienen zu können.

Zu den wesentlichen Interessen der Mitarbeiter gehören der Erhalt ihrer Arbeitsplätze, Vermeiden von Stress, Stärken ihrer Position im Unternehmen und ein interessantes Leben.

Das wesentliche Interesse der Verbraucher gilt dem Preis-Leistungs-Verhältnis, Sparen, Schnäppchen finden, dem Spaß und einem besseren sozialen Status.

Wenn die Botschaft, die Sie kommunizieren, nicht mit den wesentlichen Interessen des Empfängers einhergeht, werden Sie das Verhalten des Empfängers nicht so beeinflussen wie Sie es möchten. Fragen Sie sich immer selbst, wie Sie Ihre Botschaft am besten formulieren, um sowohl Ihr als auch das Interesse des Empfängers zu befriedigen.

Beziehungen

Versuchen Sie, mit Ihrer Kommunikation gegenseitige Loyalität zu erzeugen. Die Pflege nachhaltiger Beziehungen ist ein Geschäftsbereich, der häufig vernachlässigt wird. Wird eine langfristige Beziehung zwischen Menschen und Unternehmen aufgebaut, tut jeder etwas für den Anderen, ohne darum gebeten zu werden oder im Gegenzug viel dafür zu verlangen und man lässt einander nicht im Stich.

Menschen werden durch Anreize motiviert. Sorgen Sie also dafür, dass Ihre Kommunikation selbst attraktiv ist. So hat der Empfänger etwas davon - einfach nur, indem er die Botschaft liest oder hört. Gute Botschaften gehen häufig in komplizierten Wortspielen oder technischem Jargon unter. Sorgen Sie also dafür, dass die Botschaft im Mittelpunkt steht und nicht die Sprache, die Sie verwenden, um Sie zu kommunizieren.

Grundregeln

Wir benutzen Kommunikation, um Kontakt mit jemandem aufzunehmen oder weil wir etwas möchten. Dinge laufen falsch, wenn einer die Kommunikation des Anderen oder dessen Wunsch nicht versteht.

Hier einige Grundregeln für gute Kommunikation:

- Machen Sie sich verständlich.
- Haben Sie etwas Relevantes zu sagen.
- Fügen Sie nicht zu viele Voraussetzungen in Ihre Botschaft ein. Jeder hat ein anderes Bezugssystem.
- Verwenden Sie nicht zu viele Worte.
- Seien Sie glaubhaft. Erzählen Sie die Wahrheit.
- Halten Sie sich an die Erwartungen, die Sie geweckt haben. Wenn Sie „A“ gesagt haben, müssen Sie auch „B“ sagen.

Umgang mit unterschiedlichen Kunden und Kollegen

Möglicherweise finden Sie, dass Sie mit einigen Menschen, Kunden oder Mitarbeitern, nur schwer sprechen können. Hier einige Ratschläge für den Umgang mit solchen Situationen.

Der Gesprächige

Lassen Sie sich nicht in Grund und Boden reden. Warten Sie auf Pausen in seinem Wortfluss, verwenden Sie dann den Namen der Person und stellen Sie eine geschlossene Frage. Das lässt ihn in seinen Ausführungen anhalten und Sie können ihn wieder auf das Thema zurückbringen.

Der Stille

Binden Sie ihn ein, indem Sie offene Fragen stellen. Warten Sie darauf, dass er antwortet, selbst wenn er dafür etwas Zeit benötigt. Sorgen Sie dafür, dass Sie eine Frage stellen, die von Interesse für ihn ist.

Der Macher

Fragen Sie ihn um Rat oder seine Meinung. Ist er ein Kunde, lassen Sie ihn die Verkaufsarbeit für Sie übernehmen. Macher lieben Ideen, die von ihnen stammen, ganz besonders.

Der Nervöse

Wenn ein Kunde nervös ist, sorgen Sie dafür, dass er sich entspannt, bevor Sie Ihre Verkaufsargumente vorbringen. Stellen Sie unverfängliche Fragen, die ihn interessieren.

Der Bluffer

Bringen Sie ihn wieder auf den Boden der Tatsachen, ohne dass er dabei sein Gesicht verliert. Seien Sie ihm gegenüber

realistisch, denn er kann impulsiv sein, wenn die Begeisterung mit ihm durchgeht. Seien Sie nicht versucht, diesem Kunden einen Preisnachlass zu gewähren, ganz gleich, wie viel er Ihnen verspricht.

Der Geschäftliche

Zeigen Sie Mitgefühl für die große Geschäftigkeit der Person. Handelt es sich um einen Kunden, nutzen Sie seine Zeit effektiv, damit er nicht das Gefühl hat, Sie würden sie verschwenden. Präsentieren Sie klar und präzise.

Der Grobe

Bleiben Sie freundlich und zuvorkommend. Es ist unmöglich, eine mürrische, grobe Haltung jemandem gegenüber zu bewahren, der freundlich ist.

Schriftliche Kommunikation

Haben Sie jemals vor einem weißen Blatt Papier oder einem leeren Bildschirm gesessen und sich gefragt, was um alles in der Welt Sie schreiben sollen? Vielleicht heißt das einfach nur, dass Sie gerade nichts zu sagen haben. Sind Sie aber gebeten worden, einen Brief, eine E-Mail oder einen Bericht zu schreiben, dann haben Sie ein Problem.

Hier einige einfache Regeln für das Formulieren von Botschaften. Versuchen Sie, sie zu befolgen. Dann sollten Sie damit etwas erreichen.

Es gibt immer einen Grund

Gründe und Interessen lassen uns kommunizieren. Es gibt immer einen Grund für Kommunikation und dahinter verbergen sich Ihr und das Interesse des Empfängers. Mit Hilfe dieser drei Faktoren – Grund, Ihre eigenen Interessen und Interessen des Empfängers – können Sie Ihre Botschaft formulieren.