

## Der sichere Weg zum „JA!“

Dieses Ziel verfolgt jede Präsentation - die konkrete Zustimmung oder eben das innere „Ja!“ - des Vorstandes, des Kunden - der Zuhörer. Besonders kritisch ist die Präsentation am Konferenztisch, die andere Strategien verlangt, als ein „großer“ Vortrag. Deshalb haben wir unser Erfolgs-Seminar „Selling to Groups - Verkaufserfolg durch interaktive Präsentation“ weiterentwickelt und ihm auch einen neuen Namen gegeben: „Der sichere Weg zum JA!“.

Daraus hier einige Tipps, die Ihnen bei Ihrer Überzeugungs-Aufgabe helfen:



### What is our purpose? - Den Zweck des Meetings klären!

**Sie als Präsentator wissen genau, worum es geht - wissen das auch die anderen - der Vorstand, das Entscheidungsteam beim Kunden, die Mitarbeiter der Projektgruppe?**

Fokussieren Sie gleich zu Beginn die Aufmerksamkeit durch eine entsprechende Ankündigung, zum Beispiel:

- (an den **Vorstand**) „Sie erwarten eine Übersicht über alle Schlüsselmärkte und den Stand der wichtigsten Projekte“
- (an einen **Kunden/Interessenten**) „Sie haben uns zur Kurz-präsentation unseres Leistungsspektrums eingeladen und wollen sich ein Bild darüber machen, ob wir als Lieferant in die nähere Auswahl kommen“
- (an die **Projektgruppe**) „Wir müssen heute die vorliegenden Analysen für das Problem X untersuchen und entscheiden, was wir konkret tun wollen“

„Worum geht es?“ - diese Frage „hämmern“ wir in allen Präsentations- und Kommunikationstrainings, sie ist DIE Vorbedingung für das Verständnis.

Bei einer kleinen Gruppen lassen Sie sich den „Zweck“ bestätigen, z.B. beim Kunden: „Habe ich das korrekt dargestellt?“, oder in der Projektgruppe: „Ist das auch für euch das wichtigste?“

Dieser „Purpose“ gehört zur „formellen Eröffnung“. Ein solcher Einstieg sagt nicht nur, dass Sie selbst zielorientiert und gut vorbereitet ans Werk gehen, sondern schafft auch auf der Beziehungsebene die erste Gemeinsamkeit: das Ziel.



### Verkaufspräsentation oder Besprechung: sechs Schritte helfen immer!

**Bekanntes Gejammer: schon wieder ein stundenlanges Meeting ohne Ergebnis! Was Sie tun können, egal ob Sie eine Konferenz leiten oder ein Projekt präsentieren:**

Wer in einer Kleingruppen-Situation etwas vorantreiben will, muss sich nicht nur inhaltlich gut vorbereiten, sondern auch die „**Dramaturgie**“ **vorausplanen**. Erfolgreiche „Verkäufer“ von Budgets, Konzepten, Produkten, Ideen u.s.w. praktizieren das in sechs Schritten:

1. **Prägnant eröffnen:** worum geht es eigentlich? (siehe Tipp 19)
2. **Interessen überprüfen** - den Ablauf klären: ein „Agenda-Check“ legt eine Zielgruppen-orientierte Reihenfolge fest
3. die **Präsentation** selbst - ein nutzenorientierter, modular aufgebauter Hauptteil. Jetzt liefern Sie das Versprochene
4. die **Zusammenfassung** - das Wichtigste auf einen Blick
5. die **Fragerunde:** offene Punkte jetzt und hier vollständig klären
6. der **Abschluss:** was - KONKRET! - geschieht als Nächstes?

Das Konzept der sechs Schritte ist der Kern unseres Überzeugungs-Seminars „Der sichere Weg zum JA!“ und bildet einen wesentlichen Teil meines neuen Buches „Verkaufsfaktor P“

Sie können nicht im voraus wissen, was alles passieren wird. Aber die Vorbereitung auf diese sechs Schritte optimiert Ihre Chancen - und profiliert Sie als professionellen, zuhörerorientierten Kommunikator.



## In der Mikropräsentation: flexibel führen!

**21** Eine große Teilnehmergruppe mit der Frage zu quälen: „In welcher Reihenfolge und wie intensiv hätten Sie es denn gern?“ macht keinen Sinn. In der „Mikropräsentation“ (kleine Runde am Konferenz-tisch) ist genau das gefragt!

Eine Präsentation mit modularen, vertauschbaren Elementen bedeutet nicht den Verzicht auf den „Roten Faden“. Diesen **Unterschied zwischen geplanter Freiheit und schlichtem Chaos** vermitteln wir im Überzeugungs-Seminar „Der sichere Weg zum JA!“.

Bei einer großen Gruppe sind Sie allein als Präsentator verantwortlich: was ist genau dieser Zielgruppe in der verfügbaren Zeit zu präsentieren?

Anders bei drei, vier Teilnehmern. Die erwarten mit Recht, eingebunden zu werden, mitgestalten zu können - und z.B. auch die Reihenfolge mit zu bestimmen. Darauf müssen Sie vorbereitet sein und flexibel präsentieren. Das bedeutet:

- ein **modulares Präsentationskonzept**, dessen einzelne Elemente Sie möglichst frei bewegen können;
- Präsentationsunterlagen, die mitspielen: **perfekte Ordnung** in den **Folien** (arbeiten Sie mit Registern!) und in der PC-Show auf Ihrem **Notebook** (Hyperlinks oder „Primitiv-Navigation“ mittels Eingabe der Folien-Nummer + Enter)
- eine **kristallklare Inhaltsübersicht** zu Beginn, mit der Sie sowohl Ihre Fähigkeit zur Strukturierung beweisen als auch Ihre Flexibilität ankündigen.

Aber eines gilt auch für die höchst flexible Präsentation im kleinen Kreis: bringen Sie nicht zu viel - aufhören, wenn es genug ist!



## Ein Angebot oder die Firma präsentieren: nur keine „Extrawürste“!

**22** Ihre Partner/Kunden wissen ohnedies genau, dass Sie diese Präsentation nicht nur ein einziges Mal halten. Demonstrieren Sie das nachdrücklich!

„Zielgruppenorientierung“ ist die Basis jeder Kommunikation und daher ein entscheidender Bestandteil in jedem unserer Seminare; je kleiner die konkrete Zielgruppe ist, desto wichtiger wird es, sich auf die einzelnen Personen einzustellen.

Das generelle Erfolgsrezept lautet: keine Zielgruppenorientierung - vermeiden Sie jede, auch nur oberflächliche Individualisierung in Wort, Schrift oder Bild! Daher:

- unterlassen Sie die primitive Annäherung an Ihre Partner z. B. durch Einbau des Firmennamens, der Namen der Teilnehmer, eines Logos...
- bringen Sie nur Beispiele, die möglichst wenig mit den Interessen Ihrer Partner zu tun haben
- vermeiden Sie jeden Hinweis, dass Sie sich über das Geschäft der anderen informiert haben
- sprechen Sie keinen Ihrer Partner mit Namen an oder beziehen Sie sich womöglich auf seine/ihre Funktion in der Organisation
- verwenden Sie keinerlei Ausdrücke aus der Welt der Partner (Maßgrößen, Fachworte...)

All das demonstriert Ihr Vertrauen in das universelle Heilsversprechen Ihres Angebotes: was für alle gut ist, das muss gefälligst auch für diesen Kunden gut sein!

## Fragen, Ideen, Tipps .....

... schreiben, faxen oder mailen Sie uns bitte, Sie erhalten rasch Antwort!



**Eigentümer, Herausgeber und Verleger:** HPS GmbH.

**Verantwortlicher Redakteur:** Dr. Emil Hierhold

**Adresse:** HPS Hierhold Presentation Services GmbH, A-1020 Wien, Zirkusgasse 13

**Tel:** 01-2162730-12, **Fax:** 01-2162730-33, **E-mail:** [emil.hierhold@hps.co.at](mailto:emil.hierhold@hps.co.at)

Hier bestellen Sie auch ganz einfach Ihr persönliches Exemplar der Präsentations-Praxis - bitte mit Adresse! Den aktuellen Newsletter und alle bisherigen Tipps finden Sie auf unserer **Website:** [www.hps.co.at](http://www.hps.co.at)