

Informieren – überzeugen – motivieren...

Das sind einige der Aufgaben geschäftlicher „Sendungen“ für Präsentationen, Fachvorträge, Statements in Konferenzen usw. Wer hier nicht nur „punkten“ will, sondern professionell, kompetent und zeitökonomisch kommunizieren muss, braucht drei Fähigkeiten: Zielgruppenorientierung, Planung, Verständnissicherung.



Zielgruppenorientierung „Was interessiert DICH?“ statt „Ich sage dir...!“

67 Alle reden von „zielgruppen-gerecht“ und „kundenorientiert“. Was bedeutet das für Präsentation & Co?

Jeder Kommunikator will den anderen von „Punkt A“ (Startpunkt der Kommunikation) zu „Punkt B“ bringen (Wissensstand, Meinung, Entscheidung NACH der Kommunikation) Daher:

- **Was ist der „Punkt A“?** Welches Vorwissen, welche Einstellung haben meine Zielpersonen? Was bewegt sie – beruflich – sachlich oder auch persönlich. Was sind ihre Interessen, Sorgen und Wünsche?
- **Warum ist das Thema wichtig** - für diese Zielgruppe? Warum sollen sie mir JETZT aufmerksam zuhören?
- **Welche Bedeutung hat meine Information**, mein Vorschlag für diese Personen? Welche Folgen positiver oder negativer Art kann oder muss ich daher aufzeigen?

Zielgruppenorientierung beginnt in „Gewinnend kommunizieren“ mit den vier Ohren des Empfängers, findet sich im QUICK-Strukt von „Sicher präsentieren“ und auch im „Target-Analysator“ in „Selling to Groups“.

Mit den Antworten auf diese Fragen haben Sie sich automatisch in die Zielgruppe „eingespürt“ und es wird Ihnen ganz leicht fallen, mit der etwas ungewöhnlichen Eröffnung zu beginnen: „Sie als ... wollen vor allem eines wissen.....“



Planung – wer früh investiert, spart später viel Zeit

68 Die Versuchung ist groß, gleich einmal mit ein paar Slides zu beginnen, getrieben von „Ich habe so viel zu sagen!“

Zuhöreranalyse ist der erste Schritt, damit Ihnen die anderen wirklich zuhören. Dann folgen vier weitere Schritte, BEVOR Sie mit den Slides beginnen („Create story before slide!“):

1. **Ziel setzen:** Was soll das Resultat Ihrer Präsentation, Ihres Statements sein? Was möchten Sie, dass Ihre Zuhörer wissen, meinen, bewilligen – TUN? Achten Sie darauf, dass Ihr Ziel realistisch ist, dass Sie nicht zu viel Wissen transportieren, keine unausgereiften Vorschläge!
2. **Schlussstatement ausformulieren.** Überlegen Sie genau, was Sie am Schluss sagen werden, als netto-netto-Essenz. Bei der Ausarbeitung beschränken Sie sich auf jene Informationen, mit denen Sie diese Essenz begründen.
3. **Struktur wählen** – entsprechend Ihrem Ziel. Informieren oder überzeugen? Für einen Problemlösungs-Vorschlag ist z.B. das ARGU-Strukt der bewährte Bauplan.
4. **Fragerunde vorbereiten:** Wer wird was fragen oder einwenden? 80% sind vorhersehbar – bereiten Sie dafür ergänzendes Material vor.

Eigentlich ist es höchst einfach:

Ziel und Marschroute festlegen – erst dann den Rucksack packen.

Das spart nicht nur Bastelzeit mit PowerPoint, sondern erhöht vor allem die Chancen dafür, dass Ihre Ideen wirklich überkommen und überzeugen!

Wir sind stolz darauf, dass jedes HPS Seminar ein Musterbeispiel für Erfolg durch sorgfältige Planung ist. Die Trainings „Sicher präsentieren“ und „Selling to Groups“ helfen bei der Planung geschäftlicher Präsentationen, in der „Rhetorischen Kraftkammer“ konzentrieren wir uns auf die Planung von Reden und Statements.



Informieren oder überzeugen? Verwirren und frustrieren ist leichter!

Absturz -
bloß nicht !!!

Haben Sie sich schon einmal gefragt, warum viele Präsentationen weder informativ noch überzeugend sind? Sondern verwirrend, langweilig, überheblich? Und damit höchst überflüssig und ärgerlich?

Die „Kardinalsünden“ hinter diesen und vielen anderen Negativrezepten sind 1. Zu viel und 2. Nicht zielgruppenorientiert. Deshalb sind „Weniger ist mehr!“ und konsequente Rücksicht auf die Interessen der Zuhörer Grundpfeiler aller HPS-Trainings und jedes Coachingprojektes.

Die meisten miserablen Präsentationen stammen von hochintelligenten, kompetenten, engagierten und hilfsbereiten Menschen, die sich oft eine Menge Arbeit antun. Was machen sie falsch? Hier die Negativ-Rezepte:

- **Beginne immer bei dir:** Was liegt dir am Herzen? Was möchtest du mitteilen? Lass' ihn raus, den Missionar, der in dir steckt, leg' einfach los!
- **Nicht von Gedanken ans Publikum ablenken lassen!** Und daran, was die Zuhörer wohl interessiert und bewegt.
- **Mach' sofort ein paar Slides, das beruhigt.** Dein Massstab: Nur du selbst musst dich in deinen Slides auskennen. Oder schreib' einfach deinen ganzen Sprechtext an die Wand!
- **Vermeide jede Zeitkontrolle** – wenn es zu lang wird, sprich schneller und klick rasch durch.

Mit diesen vielfach erprobten Methoden gehen deine Ideen sicher unter und du kannst dich voll Selbstmitleid über die ungerechte und verständnislose Welt beklagen.



Verständnis – nur wer mich versteht, wird mir folgen

Wir ÜBERSchätzen regelmäßig den Informationsstand unserer Zuhörer und Gesprächspartner – und UNTERSchätzen oft ihre Intelligenz...

Diese „Verständlichmacher“ sind Markenzeichen aller HPS-Seminare: Von der 3-Minuten-Blitz-Info über das ARGU-Strukt zu den Bauplänen der „Meisterklasse“. Und für visuelle Stimulation und Einsicht gibt's Vorlagen auf der Seminar-CD.

Echtes Verständnis (nicht das oberflächliche Ja-ja!) ist die Basis für Akzeptanz der Inhalte und in der Folge für das OK, die Zustimmung.

Vier bewährte Verständlichmacher helfen dabei (nach Schulz von Thun):

1. **Einfach** - als Gegensatz zu „kompliziert“: Die Sprache der Zuhörer sprechen (Fachausdrücke?!), kurze Sätze, Einsicht durch visuelle Hilfsmittel.
2. **Kurz halten** – statt langatmig: In fünf Minuten das Wesentliche, alles weitere bei Bedarf - gern! Ich habe noch nie eine Klage gehört, dass ein Vortrag zu kurz gewesen wäre.
3. **Struktur und Gliederung** (statt Chaos): Zu Beginn sagen, worum es geht. Vorschau („Agenda“), bringen, auch zwischendurch orientieren helfen, zusammenfassen. Das hilft nicht nur verstehen, sondern wirkt auch professionell und gut organisiert.
8. **Stimulanz** – als Gegensatz zu abstrakt und langweilig: Alles, was Aufmerksamkeit bringt und zum Öffnen anregt. Beispiele, Vergleiche, Erlebnisse, Bilder. Der Preis: Es wird dadurch etwas länger...

Formeln für den Business Kommunikator: Kürze + Einfachheit = Botschaft
Botschaft x Struktur = Story Story + Stimulanz = Erfolg.

Fragen, Ideen, Tipps

Neue Hierhold-DVD
„Sell Your Ideas – Sell YOURSELF!“
siehe www.hierhold.com

Als pdf auch auf www.hps-training.com



Eigentümer, Herausgeber und Verleger: HPS GmbH.

Verantwortlicher Redakteur: Prof. Dr. Emil Hierhold, emil@hierhold.com

Adresse: HPS Hierhold Presentation Services GmbH, A-1070 Wien, Mariahilfer Straße 32 **Tel:** 01-5241717-0, **Fax:** DW 101. Ihr persönliches Gratis-Abonnement bestellen Sie bitte bei headoffice@hps-training.com mit dem Betreff „**Präsentationspraxis Post**“ und Ihrer Anschrift im Text (falls Sie Ihr Exemplar per Post erhalten wollen). Oder mit dem Betreff „**Präsentationspraxis Email**“ – dann senden wir Ihnen bei jeder neuen Ausgabe den link zum download.