

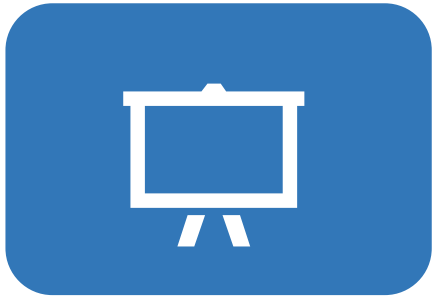


Modul 307: Präsentation und Rhetorik

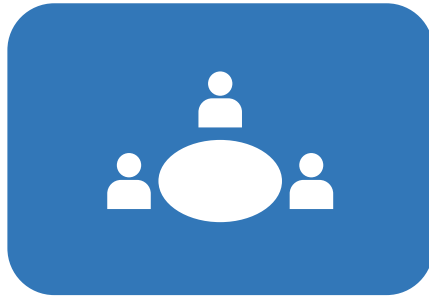
3. SEMINARTAG | ALEKSEJ WEGEL

JEDER KANN PRÄSENTIEREN!

WIR PRÄSENTIEREN IMMER!



Meeting



Kundenbesuch



Urlaub



Zu Hause



Date

WIR PRÄSENTIEREN IMMER!

- Sie fühlen sich wohl und sicher
- Ihre Hände unterstreichen automatisch, dass was Sie erzählen
- Sie schauen Ihre Zuhörer an
- Ihre Stimme und Mimik ist lebendig
- Sie sind witzig & charmant
- Sie erzählen eine Geschichte
- Ihre Erzählung ist flüssig und benutzen kaum „Ähms“



IHRE BOTSCHAFT – UND KUNDENNUTZEN

VOR DER PRÄSENTATION

- Um was geht es eigentlich?
- Was ist Ihre Botschaft?
- Was ist der Kundennutzen?
 - Was hab ich davon?
 - Was bringt mir das?
- Können Sie damit ein Problem lösen?



NUTZEN-BEISPIELE

Nutzen bezieht sich immer auf die Situation des Kunden



„Nutzen entsteht erst dann, wenn ein Vorteil jemandem etwas nutzt“

Der Umsatz wird erhöht



Die Kosten werden
gesenkt



Die Wettbewerbsfähigkeit
wird verbessert



Die Sicherheit des Kunden
wird erhöht



BEISPIEL



Produkteigenschaft

Der automatische Mäher hat eine Mähleistung von 3 qm/Minute.



Produktvorteil

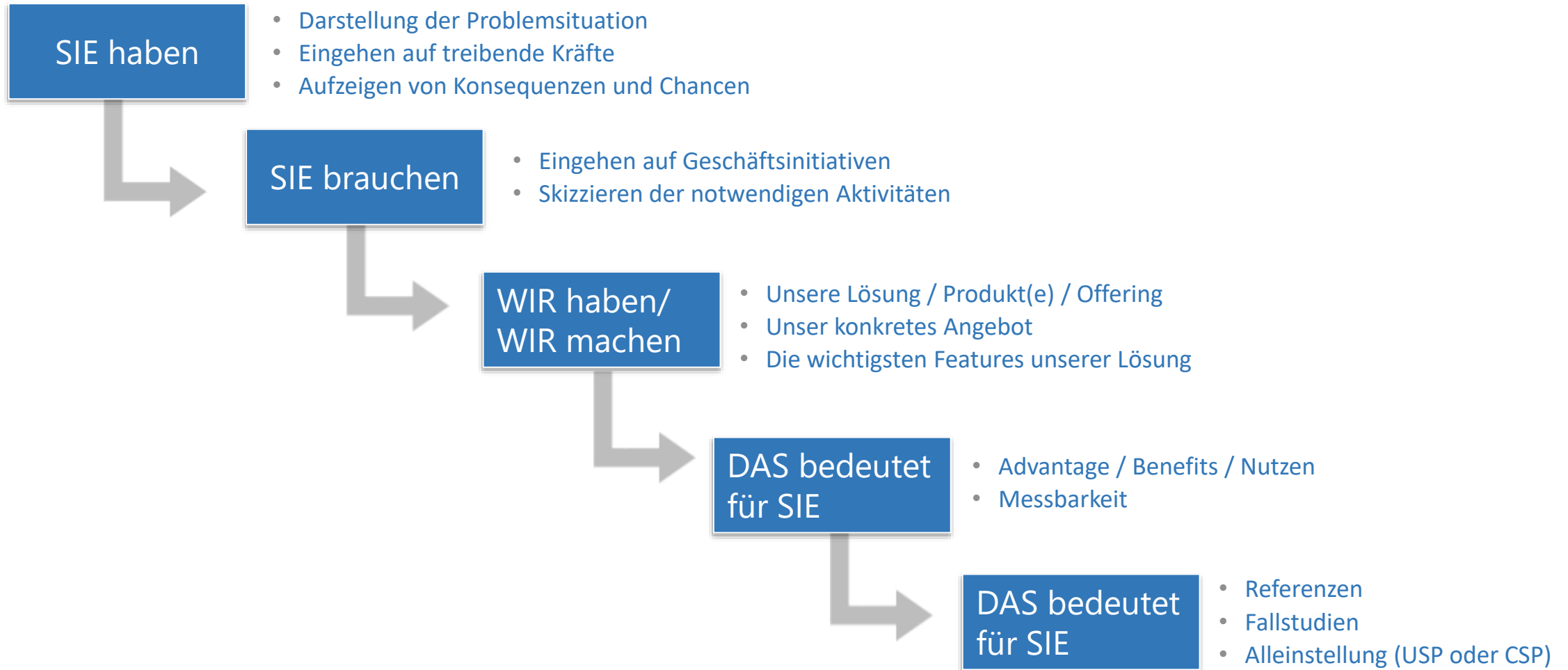
Der automatische Mäher spart aufgrund seiner Effizienz 25% Arbeitszeit.



Kundennutzen

Sie sparen durch den Einsatz des neuen Mähers zwei Saisonkräfte ein.

VALUE PROPOSITION - WERT, DEN SIE VERSPRECHEN





STORYTELLING

- Aktivieren viel mehr Regionen im Gehirn
- Binden den Zuhörer
- Stellen eine persönliche Verbindung her
- Wecken Emotionen
- Unterhalten
- Bleiben länger und einfacher im Gedächtnis
- Wirken nach, können das Publikum zu etwas motivieren
- Werden eher weitererzählt / geteilt



Stories mit AHA-Momenten

- Diese Geschichten beschreiben einen Moment, in dem Sie etwas Wichtiges für sich erkannt oder gelernt haben. Das kann ein ganz alltägliches Erlebnis sein.

Stories über andere

- Erzählen Sie über jemanden, der Sie inspiriert hat. Hier sind Biografien und Hörbücher eine tolle Quelle.

Stories über Kunden

- Erzählen Sie von einem Kunden, mit dem Sie erfolgreich zusammengearbeitet haben. Wer ist der Held der Story? Richtig, Ihr Kunde!

WEITERE MÖGLICHKEITEN

- 1 Bei einem unserer Kunden haben wir festgestellt/gesehen/ist uns aufgefallen...
- 2 Bezug auf einen aktuellen Zeitungsartikel
- 3 Ein passendes Zitat
- 4 Ein Statement eines Verbands-Mitgliedes
- 5 Eine Erfahrung aus unserem eigenen Haus (was wir bei Schöck konkret erlebt haben)
- 6 Eine Parallelität zum Privatleben (mit Analogie-Transfer auf das Business)
- 7 Ein Bezug zum Datum, heute z.B. ist internationaler Passwort-Tag.

EIN GUTER ANFANG

Versprechen

„Wir helfen Ihnen, die Zahl der Reklamationen zu halbieren.“

Beeindrucken

„9000 Kilometer lange Kabel.“

Problem Illustrieren

Sinkende Umsatzzahlen, Unzufriedenheit der Mitarbeiter

Fallbeispiel

„Unser Kunde brauchte in einer Woche 100 neue qualifizierte Mitarbeiter und wir haben sie ihm besorgt.“

Wissensfrage

„Was, glauben Sie, kostet der Betrieb Ihres Kühlschranks im Jahr?“

Implizierte Frage

„Wir haben uns ja schon lange gefragt, ob wir selbst entwickeln oder outsourcen sollten.“

Interaktive Frage

„Wer von Ihnen spielt Spiele auf dem Handy?“

SICHERHEIT STATT LAMPENFIEBER

1. Gute Vorbereitung
2. Lampenfieber zulassen
3. Einatmen, ausatmen
4. Sicherer Einstieg
5. Frühzeitig vor Ort - machen Sie sich mit der Umgebung vertraut
6. Plaudern mit den Zuhörern
7. Freundliche Gesichter - Suchen Sie sich Verbündete im Publikum.



BLACK-OUT – WAS TUN?

Sprechdenken

Bespreche, was dir durch den Kopf geht und nutze die damit entstehende Bedenkzeit, um dich kurz zu sortieren.

DIE SPRACHE DES KÖRPERS

EXPERIMENT:

- Lehne dich lässig in einem Stuhl zurück, falte die Hände hinter dem Kopf und lächle. Versuche dir dabei einzureden dass du richtig schlecht drauf bist.
- Setze dich so hin, als wärst du total gelangweilt und müde oder traurig. Versuche dir dabei einzureden, dass du richtig gut drauf bist.



DER RICHTIGE STAND



Unsicher /
angespannt



Arrogant



Bequem



Offen /
kontaktfreudig

SO NICHT!

Mit angezogenen
Schultern Kopf nach
unten



Mit dem Rücken zum
Publikum



Wandern ohne Ziel



Beispielereien



Wohin mit den Händen?

1. In die Körpermitte
2. Über die Gürtellinie
3. Fertig!



Hilfsmittel

1. Karteikarten

2. Stift

3. Laserpointer



GEHEIMWAFFE



NEGATIV BEISPIELE

Der Igel	Pistole	Merkelraute	Arme verschränken	Hände in die Taschen	Aneinander reiben
					

HÄNDE-PARKPOSITION



- Hände hinter dem Rücken halten
- Hände vorne z .B. ineinander gefaltet hängen lassen oder mit einer Hand ein Handgelenk halten (beide Seiten ausprobieren)
- Hände und Arme an den Seiten hängen lassen (eventuell legen Sie die Hände leicht an Außenseite der Oberschenkel)
- Hände auf der Höhe des Magens verschränken: Hier gibt es eine Bandbreite von Möglichkeiten: „Betende“ Hände, Finger verschränkt; eine Hand liegt in der anderen wie beim Klatschen; eine Faust wird von der anderen Hand umfasst; Sie haken die Finger ineinander; Sie halten den Daumen fest; usw

SPRECHEN



Zum Publikum



Nicht ablesen



Keine Floskeln (praktisch, halt, eben, sag ich mal, ...)



Vortragen mit Begeisterung



Überzeugung ausstrahlen



Laut, langsam, deutlich

„KORKEN“





Präsentation beginnt...

WAS WILL DER ZUHÖRER?

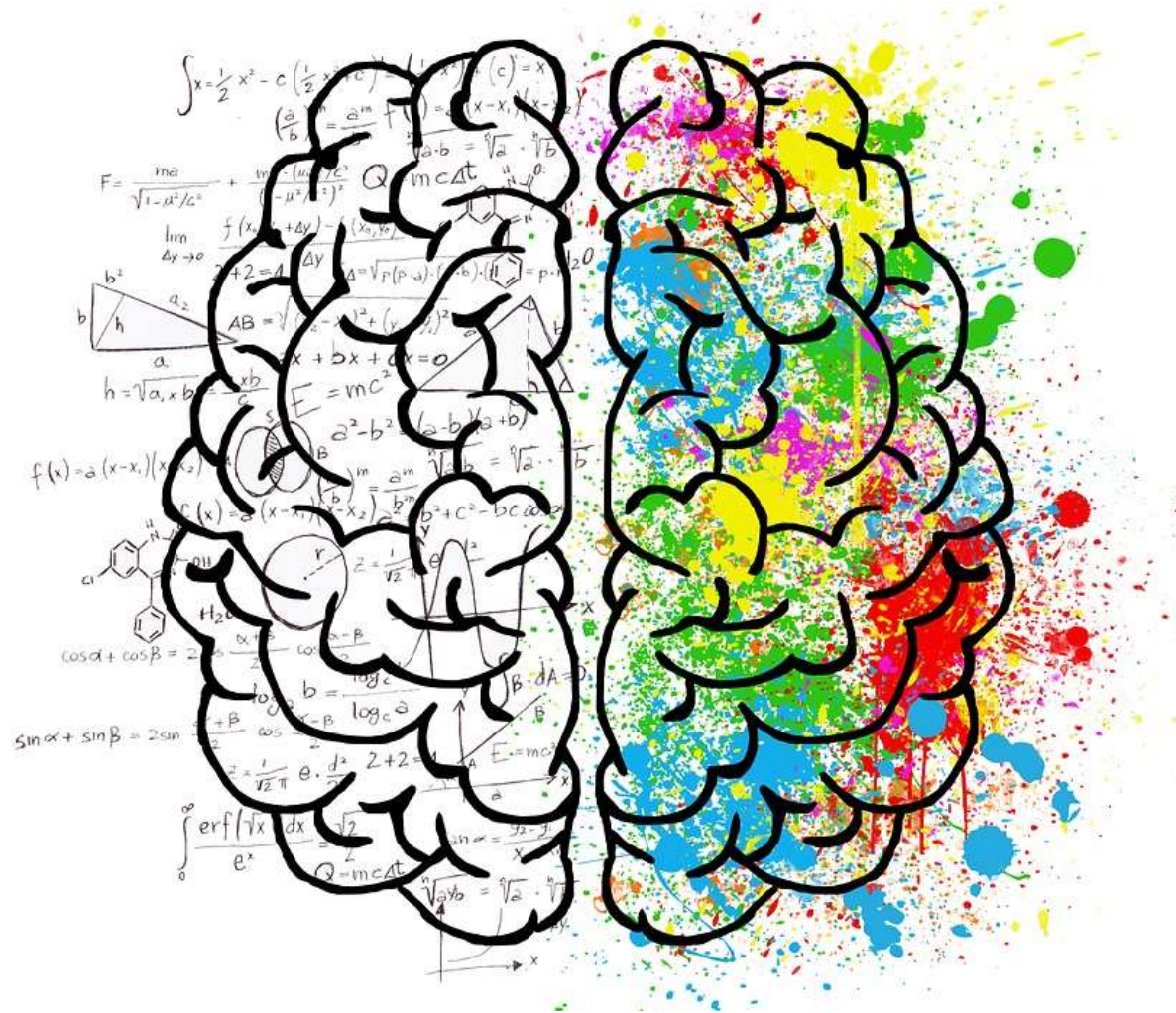


Informationen



Emotionen

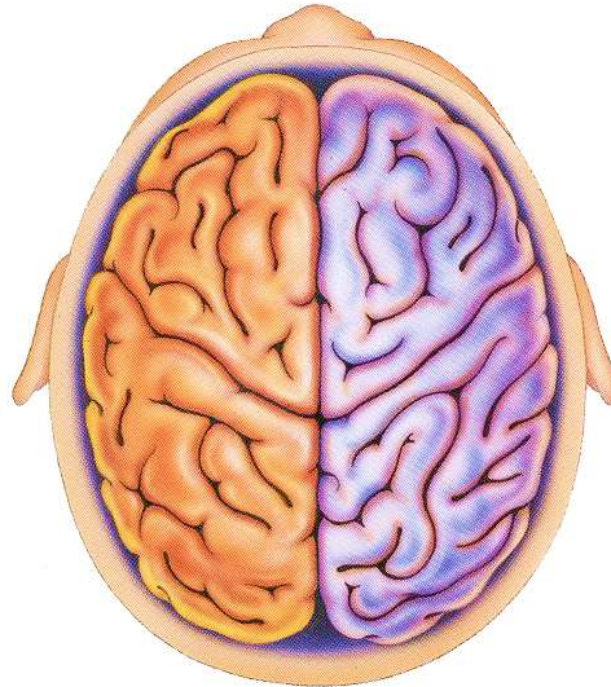
GRUNDLAGEN DER HIRNFORSCHUNG



GRUNDLAGEN DER HIRNFORSCHUNG

LINKE Hirnhälfte

- Rationales, logisches Denken, Sprache und Denken in Worten
- Bewusstsein
- Lösungsfindung durch Analyse
- Blick für das Detail
- Arbeitet sequenziell, Schritt für Schritt, kann Dinge nur nacheinander wahrnehmen
- Abstraktion
- Bei Erwachsenen meist bevorzugt
- Wird in der Schule oft überfordert



RECHTE Hirnhälfte

- Intuition und Kreativität
- Denken in Bildern und sinnlichen Wahrnehmungen
- Unbewusstes
- Lösungsfindung durch Synthese, Analogien, Ganzheitsschau, Blick für das Ganze
- Arbeitet gleichzeitig, kann Dinge gleichzeitig wahrnehmen
- Räumliche Wahrnehmung und Orientierung, Koordination von Bewegungsabläufen
- Im Kindesalter bevorzugt
- Wird vernachlässigt, muss neu entdeckt und trainiert werden

MACHEN SIE ETWAS UNERWARTETES



Sorgen Sie für Gespräche



Stellen Sie Fragen



Machen Sie eine „Übung“



Sorgen Sie für Austausch untereinander



Arbeiten Sie mit Schock, Überraschung und Humor



Wie unsere Mitarbeiter
bisher unsere Strategie
verstehen.



Vor jedem Projekt steht
eine korrekte Planung.



Klare Anweisungen helfen
Missverständnisse
vermeiden.



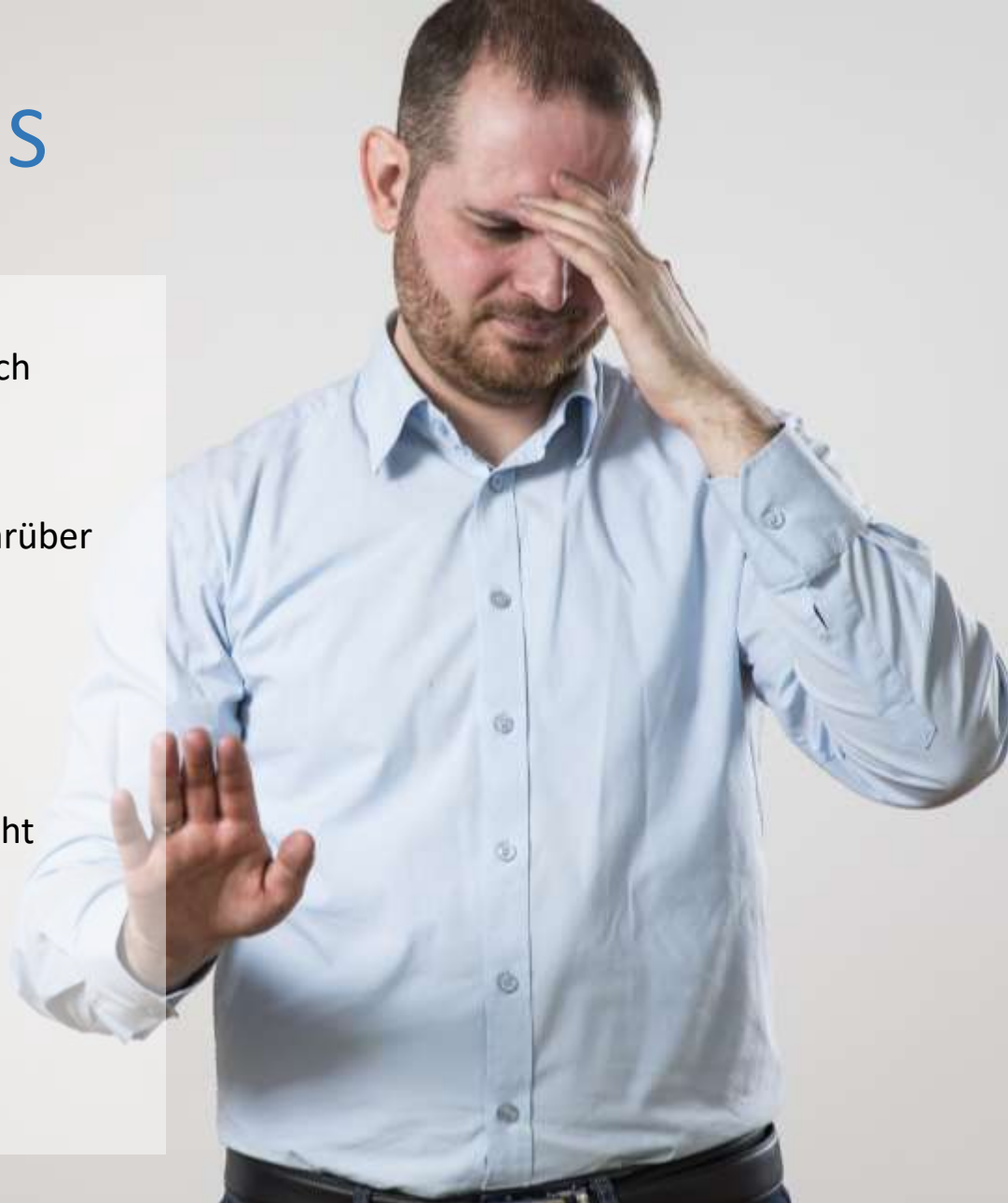
Für Veränderungen muss
man immer die
Komfortzone verlassen.

LETZTE FOLIE - DAS ENDE IST EIN NEUER ANFANG

- 1 Wiederholen Sie und fassen Sie Ihre Kernaussagen zusammen
(Wir haben erkannt, dass erstens..., zweitens..., drittens...)
- 2 Stellen Sie einen Bezug zu den Interessen / Wünschen / Problemen der Zuhörer
- 3 Geben Sie einen Ausblick oder eine Prognose ab
(Auch in Zukunft werden wir daran arbeiten, dass... In zwei Monaten werden wir...)
- 4 Geben Sie Ihrem Publikum einen Appell oder Handlungsaufforderung mit
(Machen Sie jetzt... Ich empfehle Ihnen... dies und das)
- 5 Machen Sie Ihre Rede rund und greifen Sie Ihren Einstieg wieder auf
- 6 Verwenden Sie zum Schluss ein Zitat, das Ihre Kernaussage widerspiegelt oder untermauert

5 PHRASEN DES GRAUENS

- „Hallo zusammen“ „Ich freue mich, dass Sie so zahlreich erschienen sind.“
- „Ich möchte dies zum Anlass nehmen“ „Ich möchte darüber ein paar Worte verlieren“
- „Vielleicht kurz zu meiner Person.“
- „Leider habe ich...“ „Das tut mir leid, dass das grad nicht funktioniert...“
- „Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit“



MEINE TOP 15 – VORTRAG NO GO'S

1. Präsentationen vorlesen
2. Nuscheln, haspeln, stocken, hampeln
3. Monotone leiernde oder zu leise Stimmlage
4. Mit dem Rücken zum Publikum stehen
5. Alte Vorlagen oder unpassende Größe 3:4
6. Mangelnde Schriftgröße der Folien
7. Langweilen mit ewigen Listen, statt eine Geschichte zu erzählen

MEINE TOP 15 – VORTRAG NO GO'S

8. "Das finden sie alles auf dem stick", obwohl es im Moment von belang wäre
9. Folien überspringen: "das tut jetzt hier nichts zur Sache"
10. Computer, die abstürzen
11. Handy des Redners klingelt
12. Im Sitzen präsentieren
13. Schlechte Zeiteinteilung
14. Zu viele Anglizismen/Fachbegriffe und unverständliche Sprache
15. Lange reden, nicht auf den Punkt kommen