



Beziehungs-orientierte Kommunikation und Führung



Beziehungs- orientierte Kommunikation und Führung.

Die meisten Menschen sind heute zu 80% ihrer Zeit damit beschäftigt, andere Menschen von ihren Ideen zu überzeugen, sie zu motivieren, zu delegieren, eine Philosophie rüberzubringen, zu verhandeln, Netzwerke intern und extern zu bilden, sich mit schwierigen Menschen auseinander zu setzen, bei persönlichen Treffen, in Einstellungsgesprächen und in Meetings in der Firma gut dazustehen und ihre Dienstleistung oder ihr Produkt an den Mann oder die Frau zu bringen.

Daher können gesprächspsychologische, kognitionswissenschaftliche und neurophysiologische Erkenntnisse sehr hilfreich sein, um unsere Kommunikation effektiver und effizienter zu machen.

Psychologische Wirkungsgesetze in der Kommunikation

- Wahr ist nicht, was A gesagt hat; Wahr ist immer, was B gehört hat! (für B jedenfalls).
- Jede Kommunikation verläuft auf zwei Ebenen, der Inhalts- und der Beziehungsebene, wobei letztere erstere bestimmt. Wir wirken immer.
- Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck.
- Vorurteile, Vorstellungen und Spekulationen wirken im Hinterkopf immer mit.
- Gefühlsmäßige und unbewusste Handlungen entscheiden über den Ausgang, erst hinterher wird „rationalisiert“.

Die Beziehung mit dem Gesprächspartner und die Ebenen der Kommunikation.

Der Kommunikationspsychologe Watzlawick fand heraus, dass jede Kommunikation auf zwei Ebenen erfolgt. Zum besseren Verständnis stellt man sich das Bild eines Eisberges im Wasser vor: Aus dem Wasser ragt die Spitze des Eisberges, was in unserem Fall die Sach-, Inhalts- oder Verstandesebene bei der Kommunikation symbolisiert, also das Rationale des Gesprächs. Der weitaus größere Teil des Eisberges befindet sich jedoch unter Wasser. Im Kommunikationsmodell ist dies die Beziehungs- oder Gefühlsebene, wir sprechen von der emotionalen Ebene.

Soziale Kompetenz zeigt sich in emotionaler Beweglichkeit:

Bei der Kommunikation wird der Beziehungsebene der größere Einfluss zugeordnet. Das heißt, wenn die Beziehungsebene zwischen Menschen gestört ist, kann die beste Argumentation nicht helfen. Deshalb weiß ein guter Berater / Verkäufer um die wichtigsten Grundregeln der Kommunikation und er hat das Ziel, stets eine gute Beziehung zum Kunden herzustellen.

Wer gut zuhört, versteht besser und findet schneller Zugang:

Nehmen wir zunächst ein Beispiel aus Ihrem Bekanntenkreis: Wen schätzen Sie mehr? Denjenigen, der immer auf Sie einredet, oder den, der Ihnen auch einmal zuhört?

Wenn wir einen Kunden unterbrechen, entgehen uns zum einen wichtige Informationen und zum anderen verstimmen wir den Kunden, da eine Unterbrechung als unhöflich empfunden wird. So entsteht bei ihm das Gefühl, dass wir uns nicht wirklich für ihn oder sein Anliegen interessieren. Leihen wir unseren Kunden also unser Ohr. Geben Sie dem Kunden die Gelegenheit, sich zu öffnen und seine Meinung einmal – nein öfter – anzubringen.

Wer auf zwei Ebenen kommuniziert, gewinnt schneller Interesse und begeistert nachhaltiger:

Wenn wir an unser Eisbergmodell denken, bedeutet dieses Symbol fachlich rational argumentieren, aber persönlich emotional agieren.

Wer die Sprache seines Gesprächspartners spricht, findet schneller Anklang:

Im Gespräch kommt es darauf an zu erkennen welche Worte der Gesprächspartner benutzt. Wenn er eine einfache Sprache spricht, werden Sie die Beratung auch mit einfachen Worten durchführen und von Ihnen verwendete Fachausdrücke erklären – was Sie sich vielleicht bei jemand anderem ersparen könnten. Passen Sie sich also dem Sprachniveau des Kunden an.

Wer fragt führt:

Einen Top-Kommunikator erkennt man an der Qualität seiner Fragen. Durch Fragen werten Sie Ihren Gesprächspartner auf. Sie zeigen ihm, dass Sie Interesse an seinen Problemen und Aufgabenstellungen haben. Nur dann können Sie auch gezielt Nutzenargumente einsetzen

Workshop für Beziehungs- orientierte Business-Kommunikation.

Die verstärkte Betonung einer dialogisch geprägten Kommunikations-Beziehung, anstatt einer vorrangig monologisch orientierten Betonung von Kompetenz- und Leistungs- Merkmalen (Hard Facts), schafft einen wertschätzenden und respektvollen Rahmen, der Demotivierung und Kränkung verhindert und stattdessen Verständnis und Engagement fördert. Die dafür erforderlichen kommunikativen und sozialen Kompetenzen können mit einem modular gestuften Trainingsprogramm realitätsnah vertieft und erweitert werden.

Thematische Schwerpunkte unserer 8 Workshop Module

I. Grundlagen der Kommunikation

- Die Zwei Ebenen der Kommunikation
- und das Sender Empfänger Modell
- Aktives Zuhören und Hören mit den vier Ohren (Thomas Gordon & Schulz von Thun)
- Ich Botschaften
- Funktion von Fragen und Fragetypen
- Fragetechniken mit dem Meta-Modell der Sprache
- Fragetrichter-Technik

II. Einstellung, persönlicher Stil und Kommunikations-Muster

- Auftreten und Habitus.
- Innere Einstellung und Ausstrahlung
- Die Psychologie des Überzeugens
- Verbale Sprachmuster und Signale der Körpersprache verstehen und nutzen
- Das Meta-Modell der Sprache

III Kommunikative Strategien.

- Gespräche mehrdimensional strukturieren mit dem Kommunikations-Quadrat. (Schulz von Thun)
- Nutzen-Argumentation
- Werte-Quadrat und Riemann Thomann Modell
- Einwandbehandlung und Umgang mit Killerphrasen
- Lösungsorientierte Arbeit mit Widerständen
- Intervention mit Raumankern
- Die Grundlagen des Verhandels nach dem Havard Modell

IV Kommunikative Strategien.

- Multilevel Kommunikation
- Die Kunst, den anderen zu gewinnen
- Emotionalisierung und Aktivierung des Unbewussten
- Priming

V. Kommunikative Strategien.

- Professionell telefonieren und angemessen elektronisch kommunizieren (e-Mail & SMS)
- Strukturierte Mitarbeiter- und Zielvereinbarungsgespräche führen
- Powerworte nutzen
- Innere Blockaden überwinden und Kommunikationssperren vermeiden

VI. Rolle, Persönlichkeitsstruktur, Persönlichkeitstypen

- Rollenverständnis und Persönlichkeitsstil, Werte- und Leitsätze
- Persönlichkeitsstile
- Das Konzept der Persönlichkeitsanteile,
- psychologische Typen nach CG Jung
- Motivationstypen und Persönlichkeitsstile nach dem PSI Modell von Julius Kuhl

VII. systemische Interaktion

- TA und blockierende Kommunikations- und Endlos- Spiele wie „*das ja aber Spiel*“, oder das „*Ich bin immer der Dumme Spiel*“ oder das „*ich zahle immer drauf Spiel*“ oder das „*keiner versteht mich Spiel*“ et c.

VIII. Gehirn gerechtes Kommunizieren

- Bedeutung und Funktion von Emotionen
- Limbische Instruktionen und Speak limbic – Nutzung neurophysiologischer Erkenntnisse
- Denkstile und limbische Persönlichkeitstypen erkennen