

Marketingserie: Menschenverstehert, Folge 2

Wie man seinen Sympathiefaktor erhöht

In Teil zwei der Menschenverstehert-Serie geht es darum, wie man schon im Moment des ersten Kontakts zu einem anderen Menschen sympathisch wirken kann. Dabei spielen Augenkontakt, ein echtes Lächeln und richtiges Händeschütteln eine wichtige Rolle.

Sympathie und Antipathie entstehen in den ersten Sekunden eines Zusammentreffens und haben nicht unbedingt etwas mit der Person vor uns zu tun. Blitzschnell werden im Hirn unbewusst emotional markierte Vorerfahrungen abgerufen und auf Ähnlichkeiten mit der neuen Bekanntschaft abgeglichen. Positive Vorerfahrungen erbringen einen Sympathiebonus, negative führen zur Vorsicht. Die Person ist uns dann unsympathisch. Da wäre es günstig, die Prinzipien zu kennen, die uns helfen, schon im

Moment des ersten Kontakts seinen Sympathiefaktor zu erhöhen. Hier sind sie:

Wenn uns ein sympathischer Mensch in die Augen schaut, wird im Gehirn die Wohlfühlsubstanz Dopamin ausgeschüttet. Bei jeder Begegnung spielt der Blickkontakt als erstes Zeichen positiver Gesinnung eine wichtige Rolle. Augenkontakt ist allerdings besser als Blickkontakt. Ein Blickkontakt ist flüchtig und wirkt weniger wertschätzend. Der ‚rituelle‘ Augenkontakt, den wir Menschen als angenehm empfinden, dauert etwa ein bis zwei Sekunden. Wer uns kaum oder nur flüchtig in die Augen schaut, sammelt genauso wenig Sympathiepunkte wie der, der zu lange starrt. Das wird als Aggressionssignal gedeutet – es sei denn, man ist verliebt.

Von allen emotionalen Signalen ist ein Lächeln das ansteckendste. Fast so zuverlässig wie ein Echo kommt es zurück. Es öffnet Kundenportemonnaies und Mitarbeiterherzen. Es baut Hemmschwellen ab. Es ist ein Friedensangebot und signalisiert: Ich meine es gut! Ich bin dir wohlgesonnen! Ein Lächeln vertreibt Misstrauen und Angst. ‚Strahlende‘ Menschen haben es leichter im Leben, denn sie vermitteln Lebensfreude und aktivieren Glückshormone. Allerdings: Jedes ‚Musslächeln‘ wird von un-

serem Unterbewusstsein als solches auch enttarnt. Es wird in einer anderen Hirnregion erzeugt als das wahre Lächeln. Erst beim echten Lächeln lachen die Augen mit. Nur dieses ist mit einem guten Gefühl verbunden: Bei dem, der es gibt, und bei dem, dem es gilt. Es ist unmöglich, an etwas Böses zu denken und zugleich mit den Augen zu lachen.

Drei zu respektierende Distanzzonen

Menschen haben drei zu respektierende Distanzzonen: die Vier-Meter-Fluchtpunkt-Zone, die ‚öffentliche‘ Ein-Meter-Zone und die ‚intime‘ 50-Zentimeter-Zone. Wir reagieren mit Aggression, Starre oder Rückzug auf jeden, der die Distanz nicht einhält. Beim ersten Kennenlernen bewegt man sich immer außerhalb der Ein-Meter-Zone. Durch einen freundlichen Augenkontakt, ein Kopfnicken und/oder eine

kurze Frage bitten Sie, wenn nötig, Ihren Gesprächspartner, in die sonst nur Freunden und Familienangehörigen vorbehaltenen 50-Zentimeter-Zone eindringen zu dürfen. Nicht frontal, sondern leicht seitlich stehend wird das in aller Regel besser akzeptiert.

Auch das Händeschütteln ist ein Relikt aus alten Zeiten und heißt: Schau her und komm fühlen, ich bin dein Freund, ich trage keine Waffen! Der ideale Händedruck ist nicht der überfeste, sondern der, bei dem sich beide Handinnenflächen berühren. Denn das signalisiert: Nichts ist in der hohlen Hand versteckt. Wir wollen immer die offenen Hände unseres Gegenübers sehen. Bei Gesprächen im Sitzen oder beim Einpacken sollten sie sichtbar, im Stehen auf Gürtelhöhe und nicht in der Hosentasche sein. Beim Reden werden offene Handinnenflächen gezeigt.

Beim ersten gesprochenen Wort, meist eine Grußformel und – soweit bekannt – der Name des Kunden, geht es um die freundliche Tonlage. Das signalisiert friedvolle Absicht. Unsere Stimme ist verantwortlich für die Stimmung. Klingt Ihre Stimme fest und zuversichtlich? Zeugt sie von guter Laune? Frauen sprechen oft mit einer zu hohen Kopfstimme; das wirkt piepsig und damit schwach. Verändern Sie Ihre Stimmlage in einer Situation und schauen Sie, was passiert. Im Brustton der Überzeugung gesagt, kommen Ihre Worte besser an, und Sie werden mehr verkaufen. *Anne M. Schüller*

die Autorin

Anne M. Schüller ist Management-Consultant und Expertin für Loyalitätsmarketing. Die Diplom-Betriebswirtin und Buchautorin gehört zu den besten Rednern im deutschsprachigen Raum. Sie arbeitet auch als Businesstrainerin und lehrt an mehreren Hochschulen.

Kontakt: www.anneschueler.de

Das Buch zum Thema: Anne M. Schüller – „Kundennähe in der Chefetage – Wie Sie Mitarbeiter kundenspezifisch führen“; Orell Füssli, ISBN: 978-3-280-05282-2



Foto: Creatas

Richtiges Lachen kommt von Herzen