

Checkliste

Wie man seinen Sympathiefaktor erhöht

Sympathie und Antipathie entwickeln sich in den ersten Sekunden eines Zusammentreffens und haben nicht unbedingt etwas mit der vor uns stehenden Person zu tun. Denn blitzschnell werden im Hirn völlig unbewusst emotional markierte Vorerfahrungen abgerufen und auf Ähnlichkeiten mit der neuen Bekanntschaft abgeglichen. Positive Vorerfahrungen erbringen einen Sympathiebonus, negative Erfahrungen hingegen mahnen zur Vorsicht. Die Person ist uns dann unsympathisch.

Da wäre es doch günstig, die Prinzipien zu kennen, die uns helfen, schon im Moment des Kennenlernens seinen Sympathiefaktor zu erhöhen. Hier sind sie:

- **der rituelle Augenkontakt**
- **das echte Lächeln**
- **die notwendigen Distanzzonen**
- **das richtige Händeschütteln**
- **das erste Wort**

Schauen wir uns diese nun ein wenig genauer an.

Der rituelle Augenkontakt

Wenn uns ein sympathischer Mensch in die Augen schaut, wird im Gehirn die Wohlfühl-Substanz Dopamin ausgeschüttet. Dies ist besonders dann zu messen, wenn Verliebte sich anblicken oder



wenn eine schöne Frau einem Mann in die Augen schaut. Sobald sie wegschaut, erlischt der Effekt. Bei jeder Begegnung spielt der Blickkontakt als erstes Zeichen einer positiven Gesinnung eine wichtige Rolle. ‚Augenkontakt‘ ist allerdings besser als Blickkontakt. Ein Blickkontakt ist flüchtig und wirkt damit 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 uns zu lange anstarrt. Dies wird nämlich als Aggressionssignal gedeutet – es sei denn, man ist verliebt.

Das echte Lächeln

Von allen emotionalen Signalen ist ein Lächeln das Ansteckendste. Fast so zuverlässig wie ein Echo kommt es zurück. Es öffnet Kunden-Portemonnaies und Mitarbeiterherzen. Es baut Hemmschwellen ab und lässt Vertrauen entstehen. Es ist ein Friedensangebot und signalisiert: ‚Ich meine es gut! Ich bin dein Freund!‘ Ein Lächeln entmachtet Misstrauen und Angst. ‚Strahlende‘ Menschen haben es leichter im Leben, denn sie verschenken Lebensfreude und damit Glückshormone. Allerdings: Jedes ‚Muss-Lächeln‘ wird von unserem Unterbewusstsein als solches enttarnt. Es wird übrigens in einer ganz 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 übrigens unmöglich, an etwas Böses zu denken und gleichzeitig mit den Augen zu lachen. Versuchen Sie’s!

Die notwendigen Distanzzonen

Menschen haben drei zu respektierende Distanzzonen: die 4-Meter-Fluchtpunkt-Zone, die ‚öffentliche‘ 1-Meter-Zone und die ‚intime‘ 50-Zentimeter-Zone. Wir reagieren mit Aggression, Starre oder Rückzug auf jeden, der die als angemessen erachtete Distanzzone nicht einhält. Beim ersten Kennenlernen bewegt man sich immer außerhalb der 1-Meter-Zone. Durch einen freundlichen Augenkontakt, ein Kopfnicken und/oder eine kurze Frage bitten Sie, wenn nötig, Ihren Gesprächspartner, in die sonst nur engen Freunden und Familienangehörigen vorbehaltene 50-Zentimeter-Zone eindringen zu dürfen. Nicht frontal, sondern leicht seitlich stehend wird das in aller Regel besser akzeptiert.



Das richtige Händeschütteln

Auch das Händeschütteln ist ein Relikt aus alten Zeiten und will heißen: 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 Hand-Innenflächen berühren. Denn das signalisiert: Es ist nichts in der hohlen Hand versteckt. Wir wollen immer die offenen Hände unseres Gegenübers sehen. Bei Gesprächen im Sitzen sind sie am besten auf dem Tisch, im Stehen auf Gürtelhöhe und *nicht* in der Hosentasche. Beim Reden werden sie durch offene Gesten gezeigt.

Das erste Wort

Beim ersten ausgesprochenen Wort - in aller Regel eine Grußformel verbunden mit dem Namen des Gesprächspartners - geht es vor allem um eins: die angenehme, freundliche Tonlage. Dies signalisiert die friedvolle Absicht. Unsere Stimme ist verantwortlich für die Stimmung, die wir verbreiten. Klingt also Ihre Stimme fest und zuversichtlich? Zeugt sie von guter Laune und einer aufmerksam-wertschätzenden Gesinnung? Frauen sprechen oft mit einer zu hohen Kopfstimme, das wirkt piepsig und damit schwach. Nicht zuletzt wird über die Stimmlage determiniert, wer ‚oben‘ und wer ‚unten‘ ist. Der Rangniedere passt sich dabei, natürlich unbewusst, der Stimmlage des Ranghöheren an oder geht mit seiner Stimme nach oben. Verändern Sie einmal Ihre Stimmlage in einer gegebenen Situation und schauen Sie, was passiert. Im Brustton der Überzeugung gesagt, kommen Ihre Worte viel besser an. Und Sie werden mehr verkaufen.

Zur Autorin



Anne M. Schüller ist Management-Consultant und gilt als führende Expertin für Loyalitätsmarketing. Über 20 Jahre hat sie in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen verschiedener Dienstleistungsbranchen gearbeitet und dabei mehrere Auszeichnungen erhalten. Die Diplom-Betriebswirtin und achtfache Buchautorin gehört zu den besten Wirtschafts-Speakern im deutschsprachigen Raum. Sie arbeitet als Referentin und Trainerin und lehrt an mehreren Hochschulen. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der Wirtschaft.

Kontakt: www.anneschueller.de und www.kundenrueckgewinnung.com



Bücher zum Thema



Anne M. Schüller
Come back! Wie Sie verlorene Kunden zurückgewinnen

Orell Füssli, Zürich 2007, 26,50 Euro / 44,00 CHF
226 Seiten, ISBN 978-3-280-05242-6

Weitere Infos: www.kundenrueckgewinnung.com



Anne M. Schüller
Kundennähe in der Chefetage
Wie Sie Mitarbeiter kundenfokussiert führen
Orell Füssli, Zürich 2008, 26,50 Euro / 44,00 CHF
255 Seiten, ISBN: 978-3-280-05282-2

ausgezeichnet mit dem Wirtschaftsbuchpreis 2008
Weitere Infos: www.kundenfokussierte-unternehmensfuehrung.com

© 2008 Anne Schüller Marketing Consulting, München, www.anneschueller.de.
Alle Rechte vorbehalten. Dieser Auszug aus meinem Buch ist urheberrechtlich geschützt. Er kann für private Zwecke verwendet und weitergeleitet werden. Er kann honorarfrei übernommen werden für Online-Publikationen, für Newsletter, für firmeninterne Medien sowie für Zeitungen und Zeitschriften mit sehr geringem Budget. Bedingung: Geben Sie mich als Autorin (Anne M. Schüller, www.anneschueller.de) sowie den jeweiligen Buchhinweis an und schicken Sie ein Belegexemplar an: info@anneschueller.de.