



# Innere Schönheit nach außen tragen - optimal wirken (5) Sechs Image-Aspekte Katrin Seifert, Dipl.-Soziologin

**Auf einem Volksfest läuft mir der Vorstand einer Bank über den Weg. Wir tauschen ein paar Worte aus und Weiterbildung spielt auch eine Rolle. „Ach“, meint er, „wir können natürlich in Zeiten, wie diesen, nicht mehr in die Weiterbildung unserer Mitarbeiter investieren. Da müssen sie sich schon selber kümmern. Wir kämpfen jetzt an anderen Fronten, müssen uns umstellen und Klinken putzen.“ Gemeint ist damit, dass die Bankmitarbeiter sich immer mehr nach den Kunden strecken müssen. Das bedeutet auch Außendienst, Kompetenzen, die vorher von sich gewiesen wurden.**

## Die 6-Aspekte-Beratung bringt Wachstum

Das genannte Beispiel unterstreicht meine Beobachtungen: In Zeiten abnehmenden Wachstums bzw. Absatzes und eines übersättigten Anbietermarktes sparen viele Firmen durch:

- Elektronisierung des Services bzw. Übertragung von Routinetätigkeiten an den Kunden selber,
- Befreiung bzw. Auslagerung von Spezialistentätigkeiten (Outsourcing), bzw.
- Teilverschiebungen von Weiterbildungen der Mitarbeiter in deren Freizeitbereich bzw. Teilübertragungen der Kosten auf die Mitarbeiter selber.

Da dadurch die Kunden immer seltener Kontakt zu den Unternehmen haben, kommt es um so mehr auf die Beratungs- und Verkaufsqualität der Kundenbetreuer an, wenn und wo sie mit ihren Partnern zusammen treffen. Unsere Aufgabe ist es, den Firmen Wege zu zeigen, wie sie sich trotzdem weiterentwickeln können.

Die Beachtung der 6 Aspekte zur Ausschöpfung bzw. Entwicklung aller menschlichen Erfolgsfaktoren (nicht nur) im Verkauf bringt Firmen, wie auch Einzelpersonen Wachstum.

## 1. Gestaltung von Arbeits- und Lebensräumen

Sie wissen bereits, dass die Gestaltung des Umfeldes, in dem Sie Ihre Kunden – auch als Trainer oder Berater – empfangen, eine bedeutende Rolle spielt. Denn Farben sprechen ihre eigene Sprache. Mit Farben können Sie gezielt den Wohlfühlfaktor bei Ihren Kunden, aber auch die eigene Arbeitszufriedenheit beeinflussen. So gibt es warme und kalte Farben, die weniger oder mehr Distanz vermitteln. Ein GWH-Monteur, der seine Kunden oft in weißen oder eher kalten, funktionalen Räumen empfängt, dafür aber sorgen will, dass die Kunden sich durch seine Dienstleistung wohl fühlen und eher wenig an die ganze Montage und Unruhe durch GWH-Arbeiten denken sollen, könnte sich z.B. überlegen, seinen Eingangsbereich durch warme, freundliche Farben aufzuwerten, auch mit

Grünpflanzen. Nachweislich tut der Blick ins Grüne unseren Augen wohl. Deshalb steigen Hotels, die im Grünen liegen bzw. sich Grün ins Haus holen, außerdem Dinge anbieten, die der Seele gut tun, in der Gunst der Kunden. Schauen Sie doch, ob Sie vielleicht diese einfachen Effekte auch in Ihrer Arbeitsumgebung einbringen können. Und ein Nebeneffekt: Wenn Sie sich wohl fühlen, strahlen Sie dies auch aus.

## 2. Verbesserung der Methodenkompetenz

Meist wird bei Methodenkompetenz an Verkaufstechniken gedacht. Ich meine, dazu ist schon genug geschrieben worden. Hinweisen möchte ich bei diesem Aspekt auf die „gehirngerechte“ Präsentation von Produkten oder Dienstleistungen. Weder Produkt noch DL stehen im Vordergrund, sondern der Kunde. Fragen Sie sich doch, wodurch Sie die Behaltensleistung beim Zuhörer erhöhen können? Wie kann ein Trainer oder Ihr Kunde sich präsentieren, damit mehr hängen bleibt, als nur „...wieder eine Präsentation...“? Zur Kompetenz gehören auch z.B. Methoden, um sich und seine Zeit sinnvoll zu organisieren. Haben Sie z.B. eine Vision für Ihr Trainerdasein, auf die Sie sich Stück für Stück zu bewegen?

## 3. Erhöhung der Sozialkompetenz

Die Beratungsqualität steht und fällt mit der Fähigkeit, eine kundenorientierte Beziehung aufzubauen. Dazu gehört, dass Sie sich auf die Wellenlänge Ihrer Kunden einschwingen können. Sozialkompetenz können Sie z.B. auch bei anderen erhöhen, indem Sie ihnen die Sprache der Körper bewusster werden lassen. Wir Trainer können hier unseren Kunden mit kommunikationspsychologischem Hintergrundwissen weiterhelfen. Aber ich sehe auch als Beraterin, dass allzu oft der Blick nur nach außen gerichtet wird. Dabei ist für das Auftreten nach außen die Wertschätzung der Mitarbeiter und Kollegen nach innen das Fundament. Zufriedene Mitarbeiter ziehen zufriedene Kunden an. Unsere Energie folgt unseren Gedanken.

## 4. Entwicklung der (Verkäufer-) Persönlichkeit

Persönlichkeitswachstum erfolgt in jedem Seminar, egal, wie die Überschrift lautet. Oft wird gerne die Verantwortung für Einsichten oder Wachstum dem Kunden übergeben. Wachstum erfolgt immer, wenn ich Verantwortung für mein Handeln übernehmen und mich frage, was ist mein Anteil am Erfolg? Wie gebe ich mich, dass der Kunde mich als kompetenten Partner anerkennt? Wie präsentiere ich meine Lösungen?

## 5. Outfit – Persönlichkeit mit Stil

Sich wohl fühlen, Persönlichkeit zeigen, eigene Wirkungsfaktoren beachten – das ist die Basis für erfolgreiche Kundengespräche. Sie wollen ein bestimmtes Image erzielen? Welche Botschaft transportieren Sie durch Ihre Kleidung? Wenn Sie stimmig auftreten wollen und optimal wirken, dann kann eine Farbtyp- und/oder Stilberatung Ihnen weiter helfen.

## 6. Balance halten

Vertikale Karrieren in den Firmen werden immer mehr verdrängt. Verantwortung für die eigene horizontale Entwicklung ist gefragt. Ein körperlicher, geistiger und seelischer Ausgleich lässt Sie zufriedener leben und arbeiten. Tun Sie etwas Schönes für sich. Wecken Sie z.B. Ihr kreatives Potenzial oder das Ihrer Kunden, halten Sie Ihr Gehirn auf Trab. Beeinflussen Sie sich über Farben positiv, arbeiten Sie an Ihrem Image.

Ein Abschlussbeispiel: Der Geschäftsführer eines mittelständischen Handwerksbetriebes sucht Beratung, um sein Image zu verändern. Nun will er seine Ladenräume modernisieren und emotionalisieren, seine Mitarbeiter schulen und sich selber coachen lassen. Er sieht es so: „Wer sich jetzt nicht bewegt, ist weg vom Fenster. Jetzt setzt sich Qualität durch.“ Man kann auch sagen, wer sich um sein Image kümmert und es pflegt, wird weiterhin wahrgenommen. Es ist wie mit einem teuren Kleidungsstück, was einem zwar gut passt, aber durch das viele Tragen ausgebleicht ist. Irgendwann muss man sich entscheiden: Was bin ich mir, was ist mir meine Firma wert? Bleibe ich bei den Dingen, die mir bekannt und eingeschliften sind oder wage ich mich an die Veränderung einzelner Faktoren. Veränderung bringt immer Wachstum und Image, auch für uns Trainer bzw. für uns als Anbieter von Dienstleistungen. Zeigen Sie Ihre Kompetenz persönlich – personell – professionell.

**Katrin Seifert**, Jg. 62, Dipl.-Soziologin, Trainerin, Zusatzqualifikationen: Kommunikationsberaterin (IWL), Farb- und Stilberaterin, NLP-Practitioner, Gründerin von **kimages Training + Beratung**. Ziel von **kimages Training + Beratung** ist es, die eigene Wirkung bzw. Arbeit so zu gestalten, dass ein optimaler Auftritt gelingt, der die Beziehung zum Partner unterstützt.

**kimages Training + Beratung für Persönlichkeit, Vertrieb und Image**  
**Dipl.-Soziol. Katrin Seifert**  
**Am Kolonieweg 26, D-14798 Tietzow**  
**Tel. 033834-40914, Fax 033834-40915**  
**Katrin.Seifert@t-online.de**  
**www.kimages.de**