

Online-Seminar: Die Psychologie des Überzeugens

Andere überzeugen können gehört sicherlich zu den grundlegendsten Fertigkeiten im Geschäftsleben. Den Kunden von Produktvorteilen überzeugen, die Geschäftsführung für eine neue Marketingstrategie gewinnen, als Führungskraft die Mitarbeiter von einer neuen Software überzeugen, in einer Videokonferenz eine bestimmte Position überzeugend vertreten, eine schwierige Verhandlung führen etc.. Wie die moderne Gehirnforschung zeigt, ist dabei die Wirkung rationaler und vernünftiger Argumente weniger entscheidend als der geeignete Einsatz bestimmter psychologischer Instrumente. Internetriesen wie amazon und booking.com machen es vor. Sie wenden genau diese Instrumente perfekt an – in unserem Gehirn tief verankerte psychische Mechanismen. Diese lernen Sie in dem sechsständigen Online-Training anhand vieler praktischer Beispiele auch in Form von Videoeinheiten kennen. Sie trainieren die Anwendung dieser Mechanismen in Ihrem konkreten Arbeitsbereich.

Inhalte

Termin 1 (3 Stunden)

- Erkenntnisse der modernen Gehirnforschung
- Wie wir uns überzeugen lassen
- Warum unser Steinzeithirn immer wieder das Sagen hat
- Die psychischen Mechanismen, Teil 1
 - Autorität
 - Kontrast
 - Konsistenz
- Illustrative Beispiele aus dem Bereich der Internetriesen
- Anwendung der Mechanismen auf verschiedene praktische berufliche Alltagssituationen der Teilnehmer

Termin 2 (3 Stunden)

- Die Wirkung sachlicher Argumente erhöhen
 - Wie viele Argumente?
 - Welche Reihenfolge ist am effektivsten?
 - Umgang mit Einwänden und Vorwänden
- Die psychische Mechanismen, Teil 2
 - Soziale Bewährtheit
 - Reziprozität
 - Mangel
- Illustrative Beispiele aus dem Bereich der Internetriesen
- Anwendung der Mechanismen auf verschiedene praktische berufliche Alltagssituationen der Teilnehmer
- Multiplikationsfaktor "Sympathie"
- Abschlussquiz

Alle Teilnehmenden erhalten eine Woche vor dem Online Training ein Handout als pdf-Dokument. Nach dem Online Training werden die in Arbeitsgruppen erarbeiteten Ergebnisse als digitales Protokoll zur Verfügung gestellt.

Zielgruppe

Fach- und Führungskräfte aller Bereiche, Vertriebler und Verkäufer, Team- und Projektleiter, die psychologische Erkenntnisse für sich nutzen wollen.

Methoden

Einzel- und Kleingruppenarbeit im virtuellen Gruppenraum, Trainerinput, Erfahrungsaustausch, Videobeispiele, Übungen und Praxisfälle. Einsatz von aktivierenden Interaktionstools (Mentimeter, digitale Pinwand)