



Gewinnen Sie als guter Zuhörer die Wertschätzung Ihrer Kunden:

1. Intensiv zuhören bedeutet, mit dem Redner mitzudenken.
2. Damit erhalten sie nicht nur mehr Informationen, sondern erweitern ganz nebenbei auch Ihren Horizont.
3. Als guter Zuhörer bleiben Sie dem Kunden positiv und länger im Gedächtnis. Das kommt daher, weil es so wenige gute Zuhörer im Vertrieb gibt.
4. Als von Natur aus kommunikatives Wesen, lernen Sie leichter die Kunst des Redens, als die Kunst des Zuhörens.
5. Der gute Zuhörer hört nicht nur das gesprochene Wort, sondern auch das unausgesprochene, das Mitgedachte. Das Verständlichste an der Sprache ist nicht das Wort selbst, sondern Ton, Stärke, Modulation, Tempo, mit dem eine Reihe von Worten gesprochen wird (Nietzsche).
6. Die Gefahr: Als Zuhörer glauben Sie schon zu wissen, was der andere sagt und schalten ab.
7. Nur wenn Sie geduldig zuhören, fühlt sich der andere verpflichtet, auch Ihre Worte ernst zu nehmen

Subventionen zu empfangen beruht auf der Kunst, so lange zu jammern, bis einem die Fettpolster als Hungerödeme angerechnet werden.

Raymond Leclere

Achten Sie noch stärker auf die nonverbalen Signale:

- ▶ Die für Sie wichtigsten Informationen erhalten Sie nicht mit Worten, sondern durch Mimik und Gestik.
- ▶ Ob Sie jemand sympathisch findet, teilt er Ihnen mit seinem Gesichtsausdruck (60%) und mit seinem Tonfall (35%) mit. Der Rest ist der sprachliche Inhalt.
- ▶ Ohne ein gewisses Quantum an Sympathie kann keine konstruktive Gesprächsatmosphäre entstehen. Dann häufen sich die „gewollten Missverständnisse“: „Das kann ich mir nicht vorstellen....“

Welche Dynamik im deutschen Sozialsystem steckt, zeigt das Wachstum der Sozialausgaben je Einwohner um 35 Prozent auf jährlich 8593 Euro in nur fünfzehn Jahren bis 2007, die fast doppelt so schnell wie der Durchschnittslohn gestiegen sind.
FAZ 10.2.010