

# Die sieben Spitzeninstrumente der Überzeugung

Überzeugende Führung ist ein entscheidender Faktor für langfristigen Erfolg des eigenen Dentallabors.  
Experte Marc M. Galal zeigt sieben Instrumente auf.

Die Welt wird – im Schlechten wie im Guten – von Menschen beherrscht, die die größten Überzeugungsfähigkeiten haben. In einer Welt voller Überzeuger haben wir die Wahl, selbst ein Überzeuger zu sein und diese Fähigkeiten zu besitzen oder derjenige zu sein, der überzeugt wird. Es ist ganz egal, ob jemand die beste Idee oder ein Dentallabor das neueste Produkt oder die ausgefeilteste Technik hat – wenn der Mensch, der diese Idee oder das Produkt „verkauft“, keine Überzeugungsfähigkeit hat, wird er niemals Mitstreiter für seine Sache gewinnen, wird er nie eine Veränderung erreichen. Überzeugungsfähigkeit ist die wohl wichtigste Fähigkeit in unserer heutigen Zeit – schließlich erfolgen die Entwicklungen in einem immer schneller tickenden Rhythmus, prasseln Informationen in immer rascherer Taktzahl auf uns ein.

Viele Menschen denken, die Macht zu besitzen, andere Menschen zu überzeugen, wäre etwas Schlechtes. Weil dann die Menschen willenlos sind und Dinge machen, die sie vorher nicht gemacht hätten. Sie befürchten, dass jemand überredet oder manipuliert wird und etwas tut, was er oder sie gar nicht machen wollte. Doch wenn wir unsere Welt einmal etwas genauer betrachten, wird schnell klar: Noch



nie war es so einfach, wie in dieser Zeit, Menschenmassen zu beeinflussen und zu manipulieren. Über die unterschiedlichsten Medienkanäle werden Milliarden investiert, um uns Menschen zu beeinflussen. Das bedeutet umgekehrt aber auch, dass eine tief gehende, positive Einstellungsveränderung auf der gesamten Welt möglich ist. Sie hängt alleine davon ab, wer die größte Überzeugungsfähigkeit hat und

zu welchem Zweck diese eingesetzt wird. Nachfolgende sieben Spitzeninstrumente der Überzeugung kann jeder Zahntechniker täglich anwenden, um sich selbst und andere – Mitstreiter im Labor wie auch Kunden – positiv zu beeinflussen:

## 1. Wer fragt, der führt!

Eine Frage dient nicht nur dazu, Informationen zu erhalten. Fragen dienen auch dazu, den Zu-

stand eines Menschen zu verändern – indem man beispielsweise Bilder erzeugt und so den internen Dialog verändert. Zahntechniker, die mehr fragen als sprechen, vermitteln dem anderen, dass sie an ihm, an seiner Meinung und seiner Einstellung interessiert sind. Fragen können Einwände entkräften sowie persönliche Überzeugungen verstärken oder verändern.

## 2. In einem Spitzenzustand sein

Um jemanden zu überzeugen, ist das Allerwichtigste die Persönlichkeit, der eigene Zustand. Nur ein Zahntechniker, der von innen heraus strahlt, kann seinem Gegenüber die notwendige Sicherheit vermitteln. Es liegt also an uns selbst, uns vor dem Kontakt mit einem anderen Menschen – ob Patient oder Zahnarzt –, den wir überzeugen wollen, möglichst in einen guten Zustand zu versetzen.

## 3. Den Fokus steuern

Beim Schießen mit Pfeil und Bogen konzentriert sich alles darauf, den roten Punkt auf der Zielscheibe zu treffen. Fokussieren bedeutet in diesem Zusammenhang, sich bildlich vorzustellen, wie der Pfeil genau die Mitte trifft. Durch eine starke Vorstellungskraft kann man ein gewisses Bild und ein bestimmtes Gefühl erzeugen, um so den eigenen Fokus darauf zu steuern, was man erreichen will. Mindestens ebenso wichtig ist es allerdings auch, den Fokus des anderen zu steuern – dies gelingt u. a. durch die richtigen Fragen (siehe Punkt 1).

## 4. Die zwei größten Motivationsknöpfe Schmerz und Freude

Die erfolgreichsten Werbespots im Fernsehen beweisen eines: Das sogenannte Schmerz-Freude-Prinzip funktioniert! Zunächst wird das Problem geschildert, beispielsweise schmerzempfindliche Zähne = Schmerz; dann der Wunsch, endlich wieder einmal schmerzfrei ein Eis essen zu können, der genau mit dem gezeigten Produkt realisiert wird = Freude.

## 5. Die Modulation der Sprache

Schon der griechische Philosoph Sokrates sagte: „Sprich, damit ich dich sehe.“ Die Sprache ist Ausdruck der Persönlichkeit. Die Stimme kommt von innen und offenbart so auch das Innerste des Sprechenden. Durch die Betonung bestimmter Wörter oder Satzteile transportieren wir mit der Melodie der Sprache Gefühle. Hilfreich ist es zusätzlich, möglichst eine starke Sinnessprache zu verwenden, d. h. mit allen fünf Sinneskanälen zu arbeiten oder sein Gegenüber sogar in dessen

bevorzugtem Sinneskanal anzusprechen.

## 6. Die Kraft der Kontraste

Vielfalt gehört zu unserem Leben dazu. Wir sind es gewohnt, von Produkten immer mehrere zur Auswahl zu haben. Wir wollen uns entscheiden können – auch wenn es vielen dann eher schwerfällt, es zu tun. Verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung zu haben und anzubieten zu können, kann hilfreich sein, um andere zu überzeugen.

## 7. Die Macht der kommunikativen Wirkung

Beobachten wir Menschen, die eine schier unbegrenzte Macht der Überzeugung zu besitzen scheinen, bestätigt sich immer wieder, wie und was uns am ehesten beeinflusst: 1971 bestimmte

ANZEIGE

**Gold Ankauf/Verkauf**

Tagesaktueller Kurs für Ihr Altgold:  
**www.Scheideanstalt.de**

Barren, Münzen, CombiBars, u.v.m.:  
**www.Edelmetall-Handel.de**

Besuche bitte im Voraus anmelden!  
**Telefon 0 72 42-55 77**

**ESG** Edelmetall-Service GmbH & Co. KG  
Gewerbering 29 b · 76287 Rheinstetten

der US-amerikanische Psychologe Albert Mehrabian das relative Wirkungsverhältnis der drei Komponenten Wort, Stimme und Körpereinsatz. Gemäß der sogenannten 7-38-55-Regel wird die Wirkung in einer Kommunikation zu 7 % durch den sprachlichen Inhalt, zu 38 % durch den stimmlichen Ausdruck und zu 55 % durch die Körpersprache bestimmt. Wer also an seiner Stimme und Körpersprache arbeitet, kann ein Meister der Überzeugung werden – den Inhalt beherrschen wir doch so wieso alle meist aus dem Effeff.

**Der Zusatztipp:** Wir Menschen sind darauf konditioniert, uns zu revanchieren. Wenn uns jemand etwas Gutes tut, haben wir das Bedürfnis, dem anderen – in welcher Form auch immer – etwas zurückzugeben. Wer also jemanden von sich oder einer Sache überzeugen will, muss lernen, zu geben ... und die Geduld besitzen, zu warten, bis etwas zurückkommt. **ZT**



## ZT Adresse

Marc M. Galal  
Lyoner Straße 44–48  
60528 Frankfurt am Main  
Tel.: 069 74093270  
info@marcgalal.com  
www.marcgalal.com

ANZEIGE

FRÄSEN & SCHLEIFEN

MATERIAL

CAM

Sie wählen – wir integrieren

CAD

SCANNEN

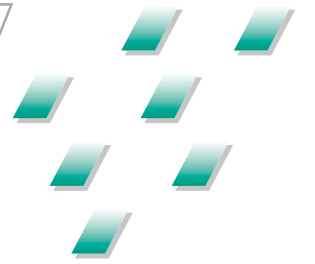
MADE IN GERMANY

**www.pritidenta.com**  
E-Mail: info@prிடidenta.com  
Phone: +49 (0) 711.3206.56.0

**prிடidenta® GmbH**  
Meisenweg 37  
70771 Leinfelden-Echterdingen



In Farbe



sieht alles **besser** aus

# Optiglaze® Color

von GC



Lichthärtende  
Oberflächenversiegelung  
(Charakterisierung)  
für indirekte Composite-  
und Acryl-Restaurationen



GC Germany GmbH  
Tel. +49.61.72.99.59.60  
Fax. +49.61.72.99.59.66.6  
info@gcgermany.de  
<http://www.gcgermany.de>

# 'GC'