

Elements Communications

PR – für Jedermann

In seiner 2-wöchentlichen Reihe „PR – für Jedermann“ beschreibt der Bildungsreferent und PR-Manager Karsten Zingsheim einfache Tricks und Tipps aus dem Alltag, die Ihnen helfen ohne große Kosten und Aufwand Ihre Öffentlichkeitsarbeit effektiver zu gestalten.

Kudentypen - Sinne

Kölner haben sich eine besondere Redewendung auf Ihre Fahne geschrieben: „Jeder Jeck ist anders“. Das erklärt die herzliche Aufgeschlossenheit dieser Region. Jedoch ist dieses Sprichwort nicht ganz richtig. Recht früh wurde herausgefunden, dass der Mensch in gewisse Archetypen unterschieden werden kann. Das Wissen darüber eröffnet Ihnen verschiedene Strategien um besonders effektiv auf Ihre Kunden einzugehen.

Jeder Mensch entwickelt im Laufe seines Lebens eine Vorliebe welchem Sinnesorganen er Vorrang einräumt. Ihr Gesprächspartner verrät Ihnen durch seine Wortwahl welche Sorte von Mensch er ist. Wenn Sie es schaffen, den bevorzugten Reiz besonders anzusprechen, dann wirken sie überzeugender.

Wir unterscheiden erst einmal drei verschiedene Sinnestypen:

Augentyp:

Der Augentyp erinnert sich primär an bestimmte Situationen, die er über den visuellen Kanal empfangen hat. Diese sehen Bild vor ihrem inneren Auge.

Ohrentyp:

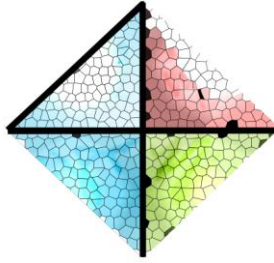
Der Ohrentyp erinnert sich primär Auditiv. Diese lauschen auf Ihre innere Stimme während sie sich ins Gedächtnis rufen was sie hörten.

Fühltyp

Wieder andere nutzen ihren kinästhetischen Sinn. (Emotionen und Körpergefühl) Wenn diese sich z. B. an Ihren Urlaub erinnern, dann kommt ihnen z. B. der warme Sand auf der Haut als erstes in den Sinn.

Mischtypen

Manche verlassen sich nur auf einen Kanal, Die Meisten nutzen mehrere Kanäle in verschiedenen Kombinationen. Der Augentyp ist jedoch in unserer Gesellschaft, bedingt z. B. durch unser Schulsystem, am häufigsten ausgeprägt.



Elements Communications

Augentyp

Visuelle Menschen machen sich Bilder in ihrem Kopf. Kopfkino ist hier wohl der passende Begriff.

Woran erkenne ich einen Augentypen?

Achten Sie auf folgende Sätze:

- Ich möchte mir das gerne einmal in Ruhe anschauen.
- Das sehe ich genau so wie Sie.
- Das sieht ja umwerfend aus.

Augentypen lieben visuelle Informationen und verwenden visuelle Begriffe wie z. B.: Sehen, Durchblicken, Durchschauen, Klar haben, Schauen, angucken.

Tipp:

Nutzen Sie bildhafte Vergleiche. Malen Sie mit Ihren Worten sprachliche Bilder. Heben Sie vor allem das Design und Aussehen des Produktes hervor. (z. B. Farben und Form)

Ohrentyp

Auditive Menschen merken sich Klänge und Töne besonders gut. Sie entwickeln am leichtesten das perfekte Gehör. Sie erkennen Menschen primär an Ihrer Stimme und können ganze Orchester in Ihrem Kopf abspielen lassen.

Woran erkenne ich einen Ohrentypen?

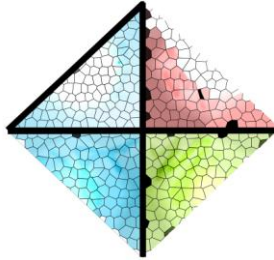
Ohrentypen nutzen Begriffe aus dem Raum der Klänge und des Hörens wie z. B.:

- Das höre ich ständig.
- Müsste ich mehr drüber hören.
- Klingt gut für mich.

Benutzen Sie auditive Begriffe: Klingt das gut?, hören, sprechen, sagen, klingen, tönen, Ton, Musik, Note, zuhören, anhören.

Tipp:

Zitieren Sie die Meinung anderer und nutzen Sie Ihre Stimme gezielt. Liefern Sie viele spannende und interessante Informationen zum Hören.



Elements Communications

Fühltypen

Kinästhetische spüren und tasten sich durchs Leben.

Sie erkennen Kinästhetische an gefühls- oder handlungsorientierter Sprache.
Achten sie auf Sätze wie z. B.:

- Ich kann das jetzt nicht Hals über Kopf entscheiden.
- Da möchte ich noch einmal drüber schlafen.
- Das möchte ich in Ruhe entscheiden.

Der Fühltyp möchte Dinge „be-greifen“. Beschreiben Sie das Produkt so, als ob er es bereits in Händen hält. Helfen Sie dem Kunden über seine Gefühle klar zu werden:

- Passt Ihnen das?
- Was halten Sie davon?
- Fühlen, fassen, begreifen lassen.

Tipp:

Gefühlsbetonte Geschichten über das Produkt und Aussagen über die positive Wirkung des Produktes.

Fazit:

- Menschen verraten uns durch Ihre Sprache wie sie innerlich funktionieren.
- „Gleich und Gleich gesellt sich gern“
- Wir gleichen uns dem primären Sinnesorgan des Kunden an.
- Passen Sie ihre Sprache die des Kunden an.

Weitere Techniken und Tricks können Sie in meinen Seminaren üben und erfahren.

Egal ob inhouse Schulungen, Webinare oder in einem meiner Kurse.
Sprechen Sie mich an.

Mit freundlichen Grüßen
Karsten Zingsheim