



Magic Moment

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance

Ich sehe was, was du nicht sagst. Der erste Eindruck, den ein Mensch bei seinem Gegenüber hinterlässt, prägt den weiteren Verlauf der Begegnung und entscheidet, ob es überhaupt eine zweite gibt. Vor allem: Ein erstes Urteil ist nach Sekundenbruchteilen gefällt.

Das haben Sie gewiss auch schon einmal erlebt: Sie lernen jemanden kennen und können ihn von Anfang an nicht leiden. Da kann Ihr Gegenüber noch so redgewandt und freundlich sein – die Chemie stimmt ein-

fach nicht. Es ist wirklich so, dass 100 Milliarden Nervenzellen blitzschnell verarbeiten, was wir sehen, hören oder riechen. Schon ein einziges Signal wie ein spitzes Kichern, ein unsicherer Blickkontakt oder sehr starkes Parfum startet selbst im

größten Trubel unsere „Beurteilungsmaschine“. Der viel beschriebene erste Eindruck entsteht in 150 Millisekunden. Zwischen 150 Millisekunden und 90 Sekunden dauert im Normalfall der Rundum-Check, dann steht das Urteil. Nun kommt der folgende Prozess in Gang: In den nächsten vier Minuten nehmen wir laut einer Studie des Max Planck Instituts für Verhaltenspsychologie eine Person genauer unter die Lupe: In der ersten Minute schätzen wir unbewusst das Alter, checken die Figur, die Kleidung und wissen, ob wir den anderen attraktiv finden oder nicht. In der zweiten und dritten Minute mustern wir Details wie

Und wie steht's mit dem letzten Eindruck?

Ebenso wie der erste ist auch der letzte Eindruck entscheidend, wie wir anderen Personen im Gedächtnis bleiben. Insgesamt werden die ersten und die letzten visuellen Eindrücke besonders deutlich wahrgenommen. Im Fachjargon spricht man vom Primacy- und Recency-Effekt. Verbannen Sie negative Gedanken, etwa bei der Preisnennung, dem Kunden gegenüber. Ersetzen

Sie negative Gedanken durch positive! Eine Übung vor dem Spiegel kann Ihnen dabei helfen. Ein Beispiel: Üben Sie solange einen richtig hohen Preis (z. B. 2 500 Euro für eine Behandlungsreihe) sprachlich zu vermitteln, bis Sie über sich lachen. Dieses Lächeln kehrt dann bei der nächsten Preisnennung zurück, weil Sie sich an Ihre kleine Übung humorvoll erinnern.



Oberkörper, Hände, Körperhaltung, Stimme und Tonfall. In der vierten Minute wissen wir spätestens, ob wir unser Gegenüber anziehend finden oder nicht. Es geht um die nonverbale Kommunikation.

Durch Mimik und Gestik

Eine Kommunikation läuft immer auf mehreren Ebenen ab, das sind die sprachliche und die nicht sprachliche, die verbale und die nonverbale Ebene. Wenn Sie Ihrem Gesprächspartner (Kunden) direkt gegenüberstehen, bekommt dieser von Ihnen nonverbale Informationen: durch Mimik (Gesichtsbewegungen), Gestik (Bewegungen der Hände und Arme) und Körpersprache. Auch durch den Geruch, etwa durch Parfüm, und durch das äußere Erscheinungsbild (Frisur, Kleidung) kommunizieren wir nonverbal. Wie hoch

diese Kommunikation zu bewerten ist, zeigen Studien. Es entsteht sofort beim ersten Eindruck Sympathie oder Antipathie. Die Universität von Maryland hat bewiesen, dass ein Lächeln zur Verbesserung unserer Stimmung führt, und lächeln wir unser Gegenüber an, verbessern wir so auch dessen Stimmung. Der Grund, warum Gesichter eine so große Wirkung auf uns haben, liegt in den Spiegelneuronen. Diese verteilen sich über das ganze Gehirn und haben die Aufgabe, vom Mitmenschen zu lernen oder uns emotional auf ihn einzustellen.

Um die eigene nonverbale Kommunikation kennenzulernen, kann man im Spiegel seine Gesten studieren. Hören Sie sich auch einmal Ihre Stimme an, etwa wenn Sie die Wirkung einer Creme beschreiben, die Sie überteuert finden und nicht kaufen würden. Vertrauen Sie sich? Doch nicht nur Sie, auch Ihr Kosmetikstudio signalisiert seine „Sprache“ vom ersten Augenblick an. Also gehen Sie ruhig öfter mal durch Ihr Institut und fragen Sie sich: Riecht es noch nach der letzten Anwendung? Liegt Staub im Regal? Wie sehen Fenster und Kassentresen aus? Funktionieren alle Lampen? Wie sieht das Team heute aus? Sehr interessant ist es auch, neutrale Personen zu befragen, wie sie das Institut erleben und was sie anders machen würden. So erklärt sich

schließlich, wieso ein Verkäufer mit weniger Wissen, aber freundlich und aufgeschlossen, erfolgreicher Kaufabschlüsse tätigt, als manch anderer. Es ist das Charisma! Jeder von uns hat seinen eigenen Zauber! Und ganz ehrlich: Wer ist schon völlig zufrieden mit seiner Ausstrahlung?

Durch positive Einstellung

Je vertrauter Sie mit sich sind, desto selbstbewusster und zufriedener werden Sie. Auch eine Portion Eigenlob gehört dazu. Die Neigung, immer nur das Störende zu sehen, was einem vielleicht nicht gefällt, motiviert kaum. Entdecken Sie das Hübsche an sich und betonen das! Für Ihr gewisses „Etwas“ ist es absolut in Ordnung, sich selbst zu lieben, sich zu loben und auch zu belohnen. Allein schon diese positiven Gedanken lassen das Gesicht freundlicher erscheinen. ■

Ihr Auftritt online

Ein Internetnutzer fällt binnen 50 Millisekunden die Entscheidung, ob er auf der Website bleibt oder nicht! Daher ein Tipp: Schenken Sie der Startseite Ihrer Homepage viel Beachtung!

Auf einen Blick

Autorin

Thordis Schütte ist Kosmetikerin und Drogistin. Seit mehreren Jahren arbeitet sie selbstständig als BDVT-Verkaufstrainerin und -Beraterin. Davor sammelte sie in der Kosmetikbranche über 22 Jahre lang Erfahrung im Verkauf und Vertrieb.



Kontakt

post@thordis-schuetzte.de