

Überzeugt: Wie Sie Kompetenz zeigen und Menschen für sich gewinnen.

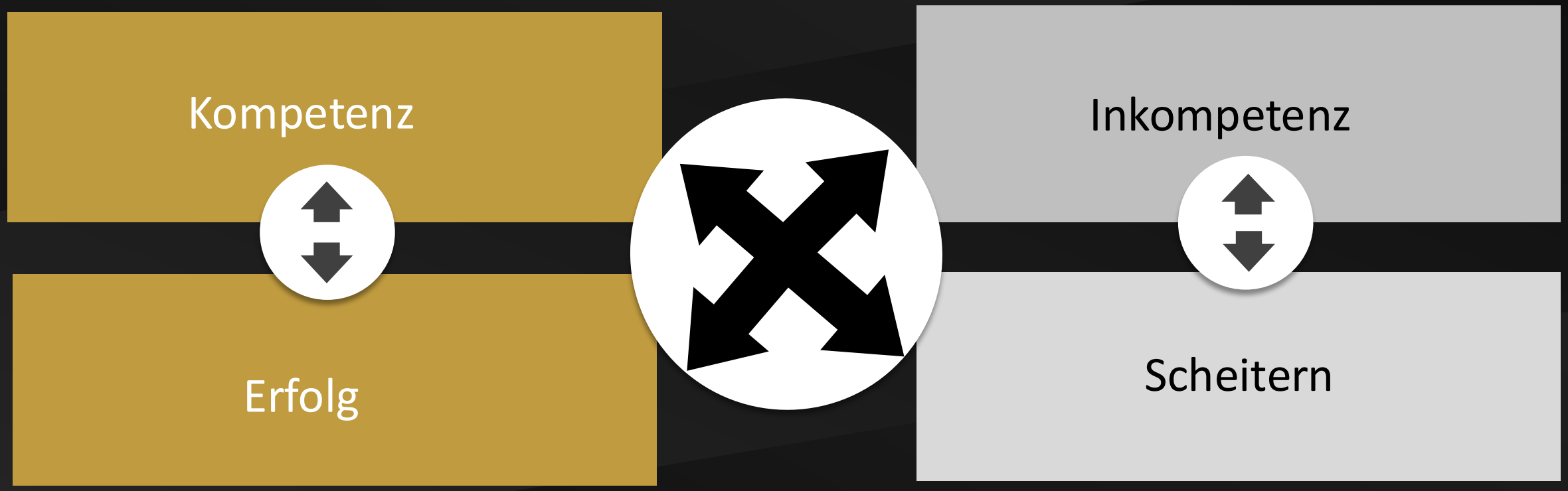


The Washington Post, 2007

NASHER



NASHER


Kompetenz
Erfolg
Inkompetenz
Scheitern



at&t

McKinsey&Company

1983 Vorhersage:

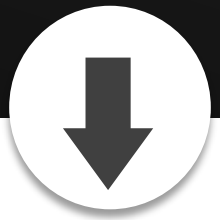
“Bis 2000 weniger als eine Million Mobiltelefone in den USA.“

Realität 2000:

80 Millionen

Wir halten Kompetenz für die wichtigste Eigenschaft im Berufsleben

Wir können Kompetenz nicht sachgerecht bewerten



Es zählt weniger die tatsächliche als die

wahrgenommene Kompetenz

Aber...

„Jeder bekommt, was er verdient!“

Aber...

~~„Jeder bekommt, was er verdient!“~~

„Ich bin eigentlich inkompetent!“

Aber...

~~„Jeder bekommt, was er verdient!“~~

~~„Ich bin eigentlich inkompetent!“~~

„Dann zeige ich halt meine Kompetenz!“

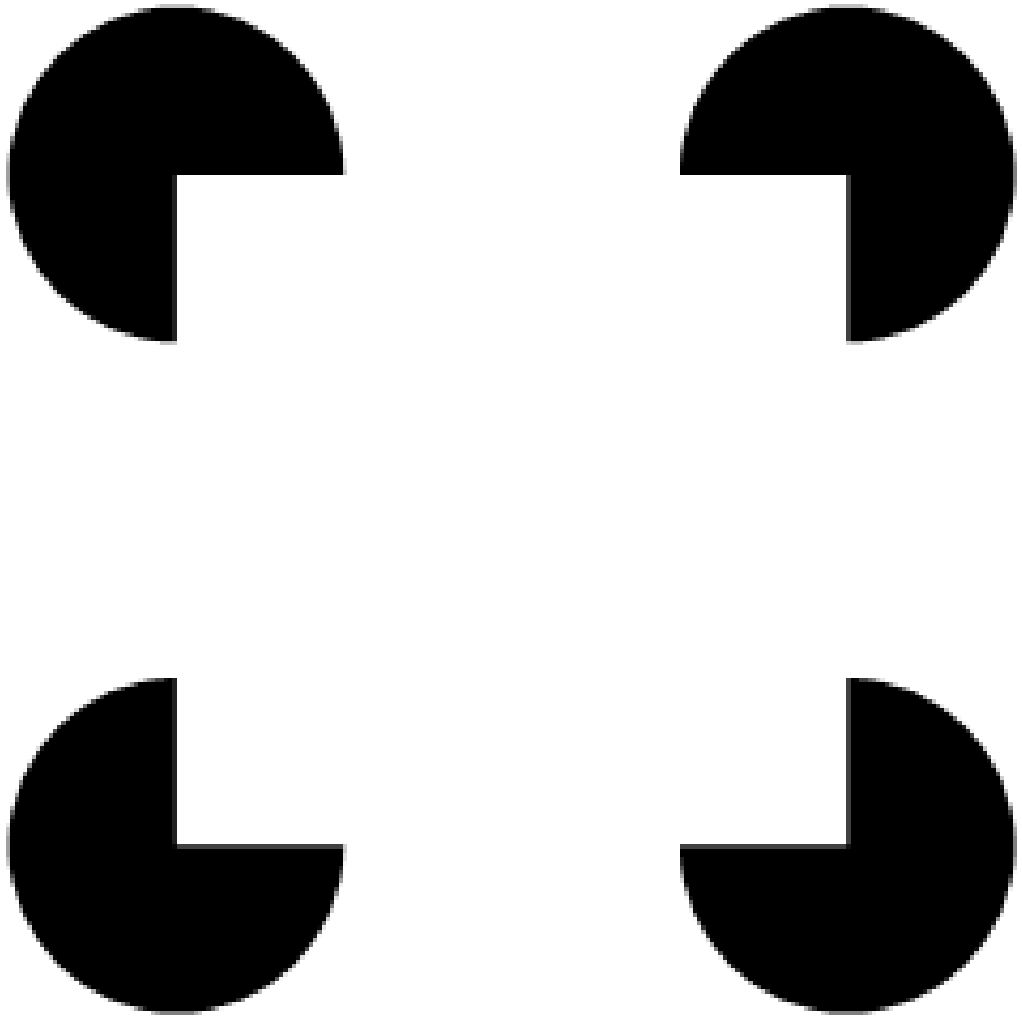
NASHER

Aber...

~~„Jeder bekommt, was er verdient!“~~

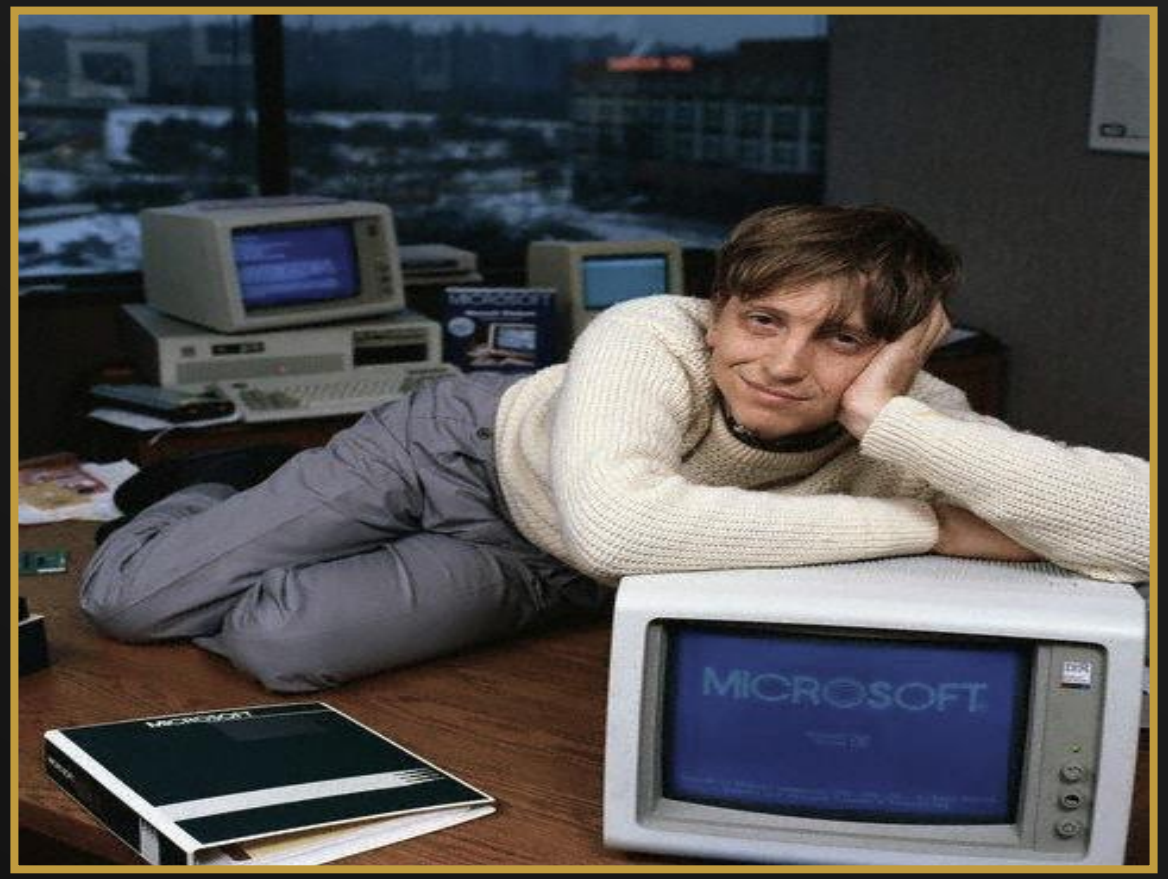
~~„Ich bin eigentlich inkompetent!“~~

~~„Dann zeige ich halt meine Kompetenz!“~~



Zuversicht

NASHER



NASHER

DREI ARTEN DER

PROGNOSE:

- Hohe Erwartungen wecken
- Mittelmäßige Erwartungen wecken
- Niedrige Erwartungen wecken

SCHLENKER & LEARYs

EXPERIMENT

Prognose	Tatsächliches Resultat:				
	Sehr gut	Gut	Mittelmäßig	Schlecht	Sehr schlecht
Sehr gut	**8.1**	**7.6**	5.6	4.3	**4.5**
Gut	7.9	7.6	**5.9**	**4.5**	4.3
Mittelmäßig	7.4	6.9	5.7	4.3	3.9
Schlecht	6.5	6.4	5.0	3.0	2.7
Sehr schlecht	7.0	6.5	4.8	3.0	2.7

(Je höher die Zahl, desto höher die bewertete Kompetenz)

NASHER

Harvard
Business
Review

Power And Influence

To Seem More Competent, Be More Confident

by Jack Nasher

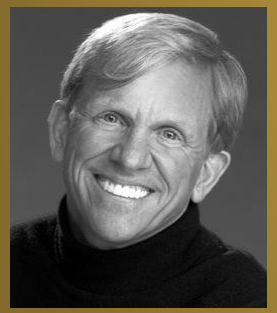
March 11, 2019



01. Angst nehmen

Der wichtigste Faktor bei einer Entscheidung ist die Motivation, einen Fehler zu vermeiden

“Versuche nicht, eine gute Wahl zu sein. Eliminiere alles, was Dich zu einer schlechten Wahl macht.”



Harry Beckwith, Selling the Invisible

NASHER

01. Angst nehmen

02. Zuversicht ausstrahlen

Menschen werden von denen überzeugt, die Sicherheit ausstrahlen

NASHER


“Be confident, not certain.”
Eleanor Roosevelt



01. Angst nehmen

02. Zuversicht zeigen

03. Keine Bescheidenheit

- Worin sind Sie gut?
- Warum sollten Sie die/der Beste für Ihre Position sein?
- Warum sollte sich irgendjemand von Ihnen kaufen?

Priming praɪmɪŋ

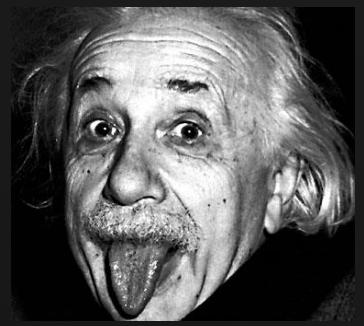
Der Effekt, bei dem ein Reiz („Prime“) Gedächtnisinhalte aktiviert, die Denken und Handeln beeinflussen.

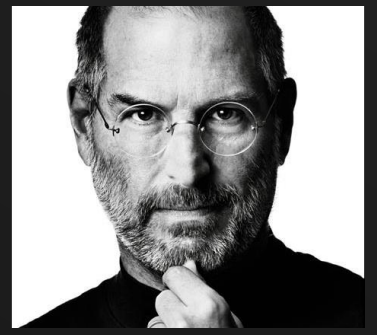
01. Angst nehmen

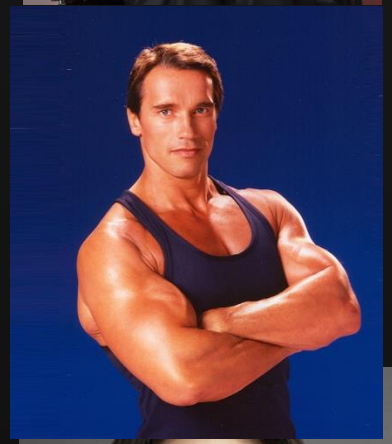
02. Zuversicht zeigen

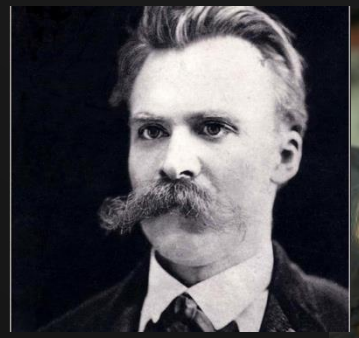
03. Keine Bescheidenheit

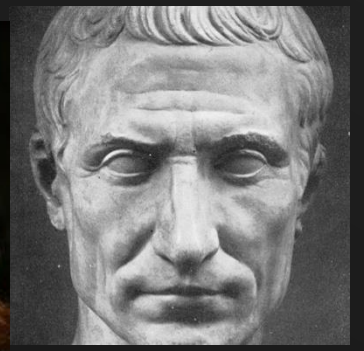
- Worin sind Sie gut?
- Warum sollten Sie die/der Beste für Ihre Position sein?
- Warum sollte sich irgendjemand von Ihnen kaufen?

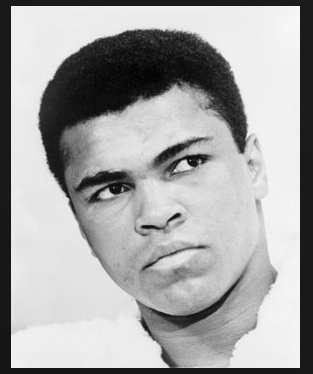










„Stille, fleißige, stoische Führungskräfte bringen die wirklich großen Veränderungen."

Jim Collins, From Good to Great

NASHER



NASHER



“Ob Du glaubst, es zu schaffen oder glaubst, es nicht zu schaffen –
Du wirst Recht haben.“

Henry Ford (1863-1947)


GARAGE
BUS
COLUMBUS CLUB
SHOPS

nasher.com/key



- Alle Slides zum Vortrag
- Verhandlungstypenanalyse (Selbsttest)
- Kostenlosen Gastzugang Verhandlungstraining

NASHER



NASHER



In welcher Reihenfolge sollte man gute und schlechte Nachrichten präsentieren?

A Erst die gute Nachricht

B Egal

C Erst die schlechte Nachricht

D Weder noch

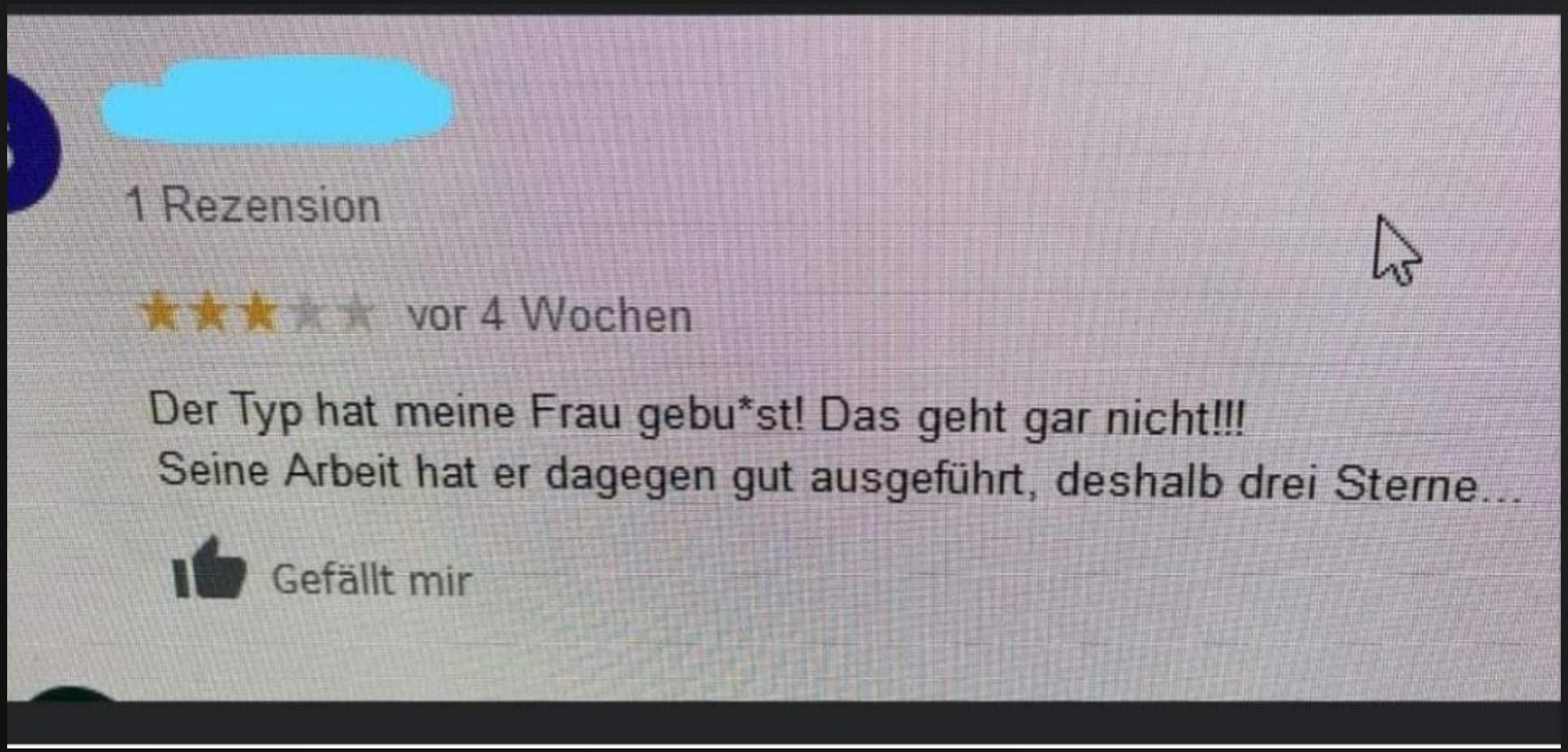


Der HALO EFFEKT

Ein Stimulus strahlt auf andere ab

NASHEK

Rezension über Fliesenleger auf Google





Erfolge kommunizieren:

- Körperliche Präsenz
- Ins Spotlight
- In die Länge ziehen





NASHER



Misserfolge kommunizieren:

- Möglichst keine physische Präsenz
- Falls anwesend: unscheinbar verhalten

NASHER




AIRFRANCE KLM



Misserfolge kommunizieren:

- Keine physische Präsenz
- Falls anwesend: unscheinbar verhalten
- Wut oder keine Emotionen (keine Enttäuschung!)

→ Umlenken:

- Alles selbst erwähnen
- Verantwortung übernehmen
- Aufmerksamkeit auf Positives

PERSON X

(Solomon Asch)



intelligent | fleißig | impulsiv | kritisch | dickköpfig | neidisch

Urteil: eher positiv



neidisch | dickköpfig | kritisch | impulsiv | fleißig | intelligent

Urteil: eher negativ

→ Der erste Eindruck strahlt auf alles Folgende ab

NASHER



In welcher Reihenfolge sollte man gute und schlechte Nachrichten präsentieren?

A Erst die gute Nachricht

B Egal

C Erst die schlechte Nachricht

D Weder noch



“Ob Du glaubst, es zu schaffen oder glaubst, es nicht zu schaffen –
Du wirst Recht haben.“

Henry Ford (1863-1947)


GARAGE
BUS
COLUMBUS CLUB
SHOPS

nasher.com/key



- Alle Slides zum Vortrag
- Verhandlungstypenanalyse (Selbsttest)
- Kostenlosen Gastzugang Verhandlungstraining

NASHER