

Impulsvortrag: „Wie mir andere gerne zuhören.“



Foto: iStock_00012677858

Thema des Vortrags

Öde Veranstaltungen, lähmende Produkt- und Firmenpräsentationen, langatmige Projektvorstellungen sowie schwerverständliche Vorträge und Gespräche haben denselben Konstruktionsfehler: dem Hörer wird das Zuhören unbewusst schwer gemacht - unabhängig vom Inhalt.

Was *müssen* Sie machen und was *dürfen* Sie nicht machen, damit Ihren Hörern das Zuhören leicht fällt und sie Ihnen aufmerksam folgen, um vom Gehörten mehr als üblich zu behalten?

Entdecken Sie während des Vortrags anhand von Praxisbeispielen (das Publikum ist beteiligt), wie Sie nach neurobiologischen Erkenntnissen mit Sprache, Stimme, Rhetorik und Aufbau Ihre Hörer richtiggehend zu fesseln vermögen.

Der Vortrag selbst, in unterhaltsamem Stil, ist dabei ein Exempel der vorgestellten Methoden.

Einige exemplarische Inhalte

- Endlich geklärt: Wie fange ich an?
- Namen sind eben doch nicht Schall u. Rauch.
- Wann Sprechpausen keine Redelücken sind sondern die besten Gehirnfüller für den Hörer.
- Warum Zahlen Sie als guten Anwalt brauchen.
- Welches Stimm-Muster das Zuhören und welches das anschließende Verarbeiten fördert.
- Wieso die ersten vier und letzten zwei Folien fast jeder Präsentation wegfallen können.
- Warum (Verkaufs-)Gespräche/Präsentationen nur einmal das Wort „ich“ enthalten.
- Wann der Beamer zum eigenen Rivalen wird.
- Kompliziert Daherlabern kann jeder: Wie die Rede durch Reduzieren verständlicher wird.
- Die Macht der Frage und wann „Wer fragt, der führt“ auch wirklich stimmt.

- Warum „Vielen Dank für Ihr Aufmerksamkeit“ in keinen guten Vortrag gehört.
- Ggf. tagesaktuelle rhetorische Inhalte, die sich aus der Veranstaltung selbst ergeben.

Aufbau des Vortrags

Anhand typischer, heiter bis böser Praxisfälle werden Fehler (bloß nicht) und die lernphysiologische Gründe (wieso nicht?) deutlich gemacht und dann Verbesserungen (lieber so) für den eigenen Gebrauch veranschaulicht.

Zu den einzelnen Punkten kann ein direkter Dialog mit dem Auditorium stattfinden oder anschließend eine vertiefende Diskussion folgen.

Ziel

Das Publikum erhält Veränderungsanregungen für das eigene Sprechen und Präsentieren. Bei dem Vortrag wird herzlich gelacht, so dass auch der Unterhaltungswert nicht zu kurz kommt.

Nutzen

Auflockerung einer Tagung/Veranstaltung und gleichzeitig Wissens-Input für das Tagesgeschäft.

Zielgruppe

Ohne Einschränkung. Da das Publikum aus den verschiedensten Bereichen des Unternehmens stammt (oder auch aus unterschiedlichen Unternehmen), werden ebenso verschiedenste Blickwinkel, Beispiele und Nutzwerte angesprochen.

Dauer des Vortrags

Variabel von ½ Stunde bis zu 3 Stunden, dann inklusive zweier Pausen.

Technik

Der Vortrag *kann* gänzlich ohne Medien und Technik erfolgen - je nach Publikumsgröße.