

Im Brustton der Überzeugung

Welche Auswirkungen die Stimmlage auf ein Verkaufsgespräch hat, und welche Tonhöhe und Lautstärke in welcher Phase angemessen sind, lesen Sie hier.



Gastautorin:

Barbara Blagusz

ist die einzige Stimm- und Sprechtechniktrainerin im deutschsprachigen Raum, die direkt aus dem Verkauf kommt.

www.sozusagen.at

ERFOLG IM BERUF hängt allzu oft nicht nur vom Inhalt, sondern besonders auch vom richtigen Ton ab. Sprich: Ob Sie kompetent, glaubwürdig oder vertrauensvoll wirken, entscheidet weit mehr der Stimmklang als der Inhalt. Die Stimme gibt somit Ausschlag über den ersten Eindruck, den Arbeitgeber, Kollegen und Geschäftspartner von uns bekommen. Wer deshalb weiß, wie die eigene Stimme wirkt, beziehungsweise wie man sich durch Training einen Vorteil verschafft, der hat im Berufsleben bessere Karten. Das gilt für Verkaufsverhandlungen ebenso wie für ein Bewerbungsgespräch.

Das Einmaleins des Stimmtrainings

Um das individuelle Stimmpotenzial optimal auszuschöpfen und in jeder Situation den richtigen Ton zu treffen, habe ich den Stimmcode entwickelt – ein Stimmtraining, das weniger funktional auf Atmung und Artikulation fokussiert, sondern sich auf die Art und Weise, wie wir mit unserer Stimme unser Gegenüber beeinflussen konzentriert. Es geht somit nicht um klassisches Stimmtraining per se, sondern vielmehr um das Erkennen der Führungssignale in der Stimme, wie menschliche Emotionen und unterschiedliche Stimmenergien richtig eingesetzt werden können, damit man stimmlich nicht untergeht oder unterbrochen wird, sondern kompetent und glaubwürdig wirkt. Dies ist wichtig für alle Bereiche in Beratung und Verkauf – ob es um den Kontakt am Telefon, ein Verkaufsgespräch, eine Besprechung oder eine Präsentation vor Gruppen geht. Der Stimmcode bietet einen Werkzeugkasten, der für jede Phase des Gesprächs das richtige Stimmuster vorsieht und damit eine klare Struktur, die in der Praxis gute Dienste erweisen kann. In Summe hilft der Stimmcode Ziel, Inhalt sowie die Person des Sprechers bestmöglich zu transportieren.

Kompetenz und Eigenton

Die Stimme ist ein machtvolles Instrument, das

facettenreich bespielt werden sollte. Zuhörer bewerten die Tonalität einer Aussage vier Mal so wichtig wie den Inhalt einer Nachricht. Ob Sprecher glaubwürdig und kompetent erscheinen, liegt demnach in erster Linie an der richtigen Betonung, Lautstärke und Tonhöhe. Überzeugend wirken zudem Menschen, die Emotionen in der Stimme zulassen und im natürlichen Eigenton bleiben – Höhe, Kraft und Lautstärke, wenn es um Motivation geht, Bass und Resonanz, wenn Glaubwürdigkeit und Vertrauen gefragt sind –, doch der muss oft erst gefunden werden. So drücken etwa Nervosität und Stress die Stimme zu weit nach oben, was vom Gegenüber wahrgenommen wird. Auch Menschen, die besonders freundlich auftreten wollen, sprechen meist zu hoch. Die optimale Tonlage wird beispielsweise mithilfe von Summ-Übungen erspürt. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist die richtige Betonung: Menschen, die beispielsweise die Plosivlaute T, P und K härter betonen, schneiden in Verhandlungen üblicherweise besser ab.

Sprechen auf Augenhöhe

»Könnten Sie mich eventuell mit Frau Huber verbinden«, piepst die Sekretärin leicht unterwürfig ins Telefon. »Also das geht sich doch sicher aus«, meint die Kollegin mit leicht hochgezogener Augenbraue süffisant. Im Hören von Emotionen sind wir oftmals meisterlich. Sprich: Wir hören nicht darauf, was jemand sagt, sondern wie es gemeint ist. Noch schwieriger wird es, wenn die Stimmhierarchie ins Spiel kommt. Spricht jemand von unten nach oben bzw. von oben herab, empfinden wir dies als unangenehm, selbst wenn es die Position im Unternehmen hierarchisch vorgibt. Ein Sprechen auf Augenhöhe ist jedenfalls auch bei unterschiedlicher Position möglich und anzustreben. Auf diese Weise wird zudem Respekt vermittelt – der letztlich die Haltung, die innere Einstellung mit der kommuniziert wird, färbt und die Kommunikation auf allen Ebenen besser gelingen lässt.

Beispiel Verkaufsgespräch

Laut einer Studie der »sozusagen«-Sprach und Stimmotivforschung aus dem Jahr 2012 sind nur 7 % von 400 befragten Mitarbeitern mit Kundenkontakt mit ihrer eigenen Stimme und Sprechweise zufrieden. 78 % wünschen sich eine Verbesserung in ihrer Stimmqualität und Sprechwirkung. Rund 15 % sind mit ihrer Stimme regelrecht unglücklich. 87 % der Befragten wünschen sich mit ihrer Stimme mehr Sicherheit, Glaubwürdigkeit und Kompetenz ausstrahlen. Allein diese Zahlen lassen erkennen, wie wichtig es ist, Stimme und Sprechtechnik zu schulen – ganz besonders auch dann, wenn es um Menschen geht, die Kundenkontakte pflegen.

In einem Verkaufs- oder Beratungsgespräch gibt es vier Grundmuster der Stimme: Glaubwürdigkeit, Klarheit, Sicherheit und Freundlichkeit. Werden diese vier Stimmcodes jeweils an der richtigen Stelle eingesetzt, können Gespräche wesentlich erfolgreicher geführt werden. Erzeugt werden diese Stimmcodes mit Betonungen von Lautstärke, Tonhöhe und Tontiefe. Darüber hinaus ist auch die Richtung, in die die Stimme gelenkt wird, wesentlich. Mit unterschiedlichen Stimmenergien hat man direkten Einfluss auf den Zustand der Zuhörer und kann das Gespräch mit aktivierenden oder beruhigenden Sprechenergien lenken.

Das »klassische« Verkaufsgespräch beginnt naturgemäß mit Begrüßung und Small Talk. Dabei sind gewisse Tonmuster der Freundlichkeit anzupfehlen. Kulturell gesehen ist dies das vorherrschende Betonungsmuster in Österreich. Der Vorteil: Es klingt freundlich und baut Be-

ziehungen auf. Der Nachteil: Die Betonung mit Tonhöhen lässt die Aussage unverbindlich klingen. Werden zusätzlich zur Tonhöhe noch der Konjunktiv und viele Weichmacher – wie »vielleicht« oder »eigentlich« – verwendet, klingt das Gespräch nett, wirkt aber unverbindlich.

Bleibt man im gesamten Gespräch beim Stimmcode Freundlichkeit, wird es selten zum Verkaufsabschluss kommen. Hier ist es entscheidend für die nächste Phase stimmlich »umzuschalten« und Glaubwürdigkeit über Tontiefen einzelner Wörter zu vermitteln. Dabei ist es ausreichend, einzelne Schlüsselwörter etwas tiefer auszusprechen.

In der dritten Phase des Gesprächs kommt es schließlich auf Sicherheit an. Dazu werden wieder bestimmte Schlüsselwörter lauter ausgesprochen als der Rest. Damit ist man in der Abschlussphase, in der es um Termin oder Unterschrift geht. Denn im Stimmcode Freundlichkeit werden keine Verträge unterschrieben.

Wer um Wirkungshebel wie diese weiß, kann genau das ausdrücken, was gefragt ist und seine Zuhörer in jene Stimmung bringen, die für einen Verkaufsabschluss notwendig ist.

Fazit:

Bringen Sie Ihre Stimme und Ihre inhaltlichen Botschaften in Einklang: Wer Stimme und Sprechtechnik beherrscht, wird weniger überhört und mehr wahrgenommen, kann unabhängig von Inhalt mehr Glaubwürdigkeit und Souveränität erzeugen und damit kompetenter und überzeugender wirken. Techniken wie der Stimmcode können Ihnen dabei helfen, den Goldschatz Stimme zu heben.