

## Menschen überzeugen und für sich gewinnen

Menschen für sich gewinnen ist eine grundlegende Fähigkeit in Ihrem Geschäft. Wie bereits zuvor erwähnt, ist es äußerst wichtig, dass Sie Ihre Coaching-Fähigkeiten so oft wie möglich üben. Denn, egal ob Sie Ihr Coaching kostenlos durchführen oder ob Sie dafür bezahlt werden, der Prozess des Gewinnens von Klienten wird viel einfacher, wenn Sie Ihre Überzeugungsfähigkeit üben. Dieser Vorgang weist sowohl passive als auch aktive Aspekte auf: Zum einen muss man die Überzeugung von der Sache selbst darstellen, d.h. „die Sache verkörpern“, zum anderen muss man auch entsprechend handeln, d.h. „sie in die Tat umsetzen“. Beide Aspekte sind gleich wichtig.

### Die „Verkörperung“ der Überzeugung

Coaching ist ein persönliches Geschäft und deshalb müssen Ihre Klienten von Ihrer Person überzeugt sein. Sie müssen von Ihrer Sicht aufs Leben überzeugt sein und davon, wer Sie sind, für was Sie stehen, wie Sie Beziehungen aufbauen und pflegen. Außerdem muss der potenzielle Klient auch von der Kraft des Coachings überzeugt sein. Auch Sie selbst müssen wirklich an die Kraft des Coachings und an Ihre Fähigkeiten als Coach glauben, auch wenn Sie sie gerade neu erworben haben. Besitzen Sie diesen grundlegenden Glauben nicht, dann werden auch Ihre potenziellen Kunden keine Beziehung mit Ihnen als Coach eingehen.

Stellen Sie sich vor, dass jemand mit Ihnen über den Wert einer bestimmten Diät oder eines Fitnessprogramms spricht. Als Zuhörer werden Sie Schlüsselreize (Tonfall, Körpersprache, bestimmte Wörter) heraushören, die Ihnen sagen, ob die Person wirklich an diese Kur glaubt. Ist die Person nicht wahrhaftig überzeugt von der Kraft der Diät oder des Programms, dann werden auch Sie daran zweifeln.

Ist man als Coach nicht mit Überzeugung und Begeisterung bei der Sache, dann kann man ganz schnell in die Sackgasse des Überredens geraten. Dann werden auch die Personen, mit denen Sie gerade sprechen in diese Sackgasse geraten – und das ist keine gute Ausgangsposition dafür, jemanden von etwas zu überzeugen.

Sie müssen wirklich wissen, dass Coaching funktioniert und Sie müssen dieses Bewusstsein beim Gewinnen von neuen Klienten auch kommunizieren. Denken Sie aber nicht, dass „jemanden gewinnen“ unbedingt auch „Klienten bekommen“ heißt. Sie sollten sich vielmehr darauf konzentrieren, dass der potenzielle Klient etwas über das Coaching, aber auch etwas über Sie erfährt. Wenn Sie nur darauf aus sind, einen Klienten zu „bekommen“, dann wird sich

Ihre Unterhaltung eher wie ein Verkaufsgespräch anhören. Sie werden sich dann in der Sackgasse des Überredens wieder finden und keinen Menschen für sich gewinnen.

Der wichtigste Aspekt beim Gewinnen von Menschen ist der, authentisch zu bleiben. Erlauben Sie es sich selbst, glaubhaft und echt zu sein, so plump und unbeholfen Sie auch sein mögen. Geben Sie sich selbst die Erlaubnis zum Scheitern. Konzentrieren Sie sich stärker auf Ihr Gegenüber, als auf das, was Sie sagen wollen. Kümmern Sie sich nicht darum, professionell, ruhig oder „cool“ zu wirken. Wenn Sie nervös sind, sagen Sie es einfach! Seien Sie einfach Sie selbst und lassen Sie Ihre Leidenschaft und Ihre Begeisterung für das Coaching durchscheinen!

Ein weiterer, entscheidender Gesichtspunkt bei der „Verkörperung“ von Überzeugung ist, dass Sie aufhören müssen, die Ergebnisse, die Sie dabei erzielen, persönlich zu nehmen. Das bedeutet nicht, dass Sie jetzt apathisch werden sollen, sondern einfach anerkennen, dass nicht jeder, mit dem Sie sprechen, Coaching oder Sie als Coach wünscht. Wenn Sie an spezifische Ergebnisse gebunden sind und Ihrem inneren Saboteur erlauben, ein „Nein“ als Beurteilung Ihrer Person oder Ihres Wirkens als Coach aufzufassen, dann wird Ihnen das nicht gerade den Weg zum Erfolg bereiten.

### **Die „Umsetzung“ der Überzeugung**

Das wichtigste am Aspekt der „Umsetzung“ der Überzeugung ist, kein Verkäufer zu sein, sondern Coach. Das bedeutet, seine Aufmerksamkeit voll und ganz auf den Gesprächspartner zu richten, statt auf sich selbst zu achten und darauf, ob das, was man tut, „richtig“ ist. Wenn Sie sich selbst dabei ertappen, sich zu fragen „Mache ich das richtig so?“, können Sie sicher sein, dass Ihr Aufmerksamkeitsfokus falsch ausgerichtet ist! Finden Sie lieber heraus, was an Ihrem Gegenüber einzigartig und interessant ist. Wie kann Coaching das Leben dieser Person verändern?

Menschen gewinnen kann Spaß machen! Machen Sie ein Spiel daraus. Seien Sie locker und lassen Sie von der Idee ab, dass es bedeutsam, ernst oder „richtig / falsch“ ist. Es kann Spaß machen, eine Beziehung zu Menschen aufzubauen, sich auf sie einzulassen, mehr über sie und ihr Leben, ihre Träume und Ziele zu erfahren. Sprechen Sie mit ihnen über ihr Lieblingsthema (sie selbst!) und wie sie das Coaching dazu nutzen können, sich Klarheit zu verschaffen und ihr Leben danach auszurichten, was ihnen Freude und Zufriedenheit bringt.

Wir möchten Ihnen ein unterhaltsames Spiel vorstellen: das „Nein“-Spiel. Testen Sie, wie viele Neins Sie an einem Tag sammeln können. Jagen Sie den „Neins“ hinterher. Machen Sie sich einen Spaß daraus, an einem Tag fünf-, zehn- oder zwanzig-mal ein Nein zu bekommen. Sie werden einige einheimsen, so viel ist sicher! Und als angenehmen Nebeneffekt werden zu den Neins auch ein paar Jas kommen! Währenddessen werden Sie mit vielen Menschen über Coaching sprechen. Das wird den Aufbau Ihres Coaching-Geschäfts in Fahrt bringen. Tun Sie sich mit einem Kollegen zusammen und spielen Sie das „Nein“-Spiel ein oder zwei Monate lang. Wer die meisten „Neins“ bekommt, hat gewonnen! Indem Sie mehr und mehr Neins - und nebenbei auch mehr Jas - einsammeln, verbessern Sie spielerisch Ihre Technik im Sprechen über Coaching, im Aufbau von Beziehungen und im Gewinnen von Menschen!

Sorgen Sie dafür, dass der Prozess, Menschen für sich zu gewinnen, frisch, aufregend, herausfordernd und spannend bleibt. Es wird gute und weniger gute Tage geben, wie bei jeder anderen Aktivität im Leben. Bleiben Sie unabhängig vom Ergebnis am Ball, dann wird es müheloser und erfreulicher vorangehen. Eine gute Faustregel ist „Hundertprozentiger Einsatz ohne Bindung an Resultate“. Im Folgenden werden einige Handlungen aufgeführt, die beim Gewinnen von Menschen zum Einsatz kommen:

- *Fragen:* Eine sehr gute Möglichkeit jemanden als Klienten zu gewinnen, ist, ihn einfach zu fragen! Es ist unglaublich, wie viele neue Coaches enthusiastisch über das Coaching sprechen und ganz auf den Zuhörer eingehen, aber dann nicht fragen, ob er ihr Klient werden möchte. Sie werden nicht ins Geschäft kommen, wenn Sie nicht danach fragen!

Erstellen Sie eine Liste der Personen, von denen Sie glauben, dass sie gerne gecoacht würden, die Sie gerne coachen würden oder denen Sie erzählen möchten, dass Sie ein Coach sind, da sie eine mögliche Quelle für Empfehlungen sein könnten. Halten Sie sich an Bekannte, fragen Sie jedoch nie Ihre besten Freunde oder nahe Familienangehörige. Rufen Sie die Personen, die Sie gerne coachen würden, an und erzählen Sie ihnen von dem neuen, aufregenden Projekt, das Sie starten und welchen Wert es für sie haben könnte.

- *Fordern:* Das Fordern ist eine sehr spezielle Art der Kontaktaufnahme zu einem potenziellen Klienten. Sie können die Person auffordern, so als würden Sie ein Anrecht anmelden auf etwas, das Sie wirklich gerne hätten. Lassen Sie die Person wissen, dass Sie sie grandios finden und dass Sie die Art, wie sie ihr Leben gestaltet, aufregend finden und dass Sie mit dieser Person als Coach arbeiten möchten. Sagen Sie ihr, dass Sie ein Nein nicht akzeptieren werden und dass Sie alles tun werden, was in Ihrer Macht steht. Sie können das Fordern nicht anwenden wie einen billigen Trick, sonst wirken Sie wie ein Gebrauchtwagenhändler. Es muss authentisch sein und von Herzen kommen.
- *Das Vorgehen beim Gewinnen von Menschen:* Im Folgenden werden die grundlegenden Schritte beim Gewinnen von Menschen behandelt. Sie können sehr schnell aufeinander folgen, dann ist das Vorgehen ist eine Sache von wenigen Minuten, manchmal wiederum kann es länger dauern und mehrerer Unterhaltungen bedürfen. Erfinden Sie keine Gründe dafür, weshalb es mehr oder weniger lange dauert. Es bedeutet nichts weiter, als dass Sie jedes Mal mit einem anderen Individuum mit eigener Perspektive und eigenem Leben sprechen.

1. Stellen Sie eine Verbindung her und bauen Sie eine Beziehung auf. Dies kann mit einer freundlichen Begrüßung, einem angenehmen Wortwechsel, Augenkontakt und einem festen Händedruck (oder einer Umarmung!) geschehen. Es bedeutet nicht, dass man die Lebensgeschichte einer Person erfahren muss. Stellen Sie einfach eine Verbindung zu der Person her und lassen Sie sie wissen, dass Sie ihr zu Verfügung stehen, an einer Unterhaltung interessiert sind und mehr über sie und ihr Leben erfahren möchten.

2. Erfahren Sie mehr über die Person. Welche Ziele oder Träume hat sie? Was möchte sie im Leben erreichen? Was bereitet ihr Freude? Welche Veränderung möchte sie in ihrem Leben herbeiführen? Fragen Sie sie nach ihrer beruflichen Laufbahn, ihren Aufgaben und ihrem Leben. Seien Sie ein Coach! Folgen Sie ihrer Leidenschaft und ihrem Gefühl, um mehr über die Person zu erfahren. Seien Sie neugierig und finden Sie mehr über sie heraus.

3. Erklären Sie Coaching nicht, tun Sie es! Fragen Sie nach, ob die Person Lust hätte, ein kurzes Coaching mitzumachen. Wenn sie zustimmt, coachen Sie sie zu einem Thema, einem Traum oder einer Herausforderung, die sie erwähnt. Helfen Sie ihr dabei, eine neue Sicht auf ein Thema zu bekommen oder eine Situation auf eine neue Art wahrzunehmen oder definieren Sie einen Schritt, den sie jetzt unternehmen könnte, um ihrem Traum oder Ziel ein Stück näher zu kommen. Stellen Sie wirkungsvolle Fragen (schon eine oder zwei Fragen können eine Wirkung erzielen!) und seien Sie ganz bei der Person.

4. Machen Sie ein Angebot. Erzählen Sie, dass Sie Coach sind und dass Sie gerne mit der Person arbeiten möchten. Sollten Sie allerdings mit einer Person sprechen, mit der Sie nicht arbeiten möchten, dann machen Sie ihr dieses Angebot lieber nicht, sonst würde es unaufrichtig klingen. Wenn Sie jedoch mit diesem potenziellen Klienten arbeiten möchten, erzählen Sie ihm ein wenig darüber, wie eine mögliche Zusammenarbeit aussehen könnte, zum Beispiel in Form von wöchentlichen Coaching-Sitzungen, ähnlich dem Coaching, das Sie soeben durchgeführt haben.

5. Fragen Sie nach dem Geschäftlichen. Bis jetzt haben Sie eine großartige Unterhaltung über ihr Leben und Coaching geführt. Nun ist es an der Zeit, die Person einzuladen, Ihr Klient zu werden. Stellen Sie die Frage direkt, vertrauensvoll und in Ihren eigenen Worten. Seien Sie authentisch und lassen Sie Ihren Enthusiasmus durchscheinen. Denken Sie daran, dass Sie ein Ja oder ein Nein bekommen werden. Wenn Sie ein Nein erhalten haben, sind Sie vielleicht an dem Grund dafür interessiert. Das Nein bedeutet möglicherweise „Nein, nicht jetzt, ich bin mit anderen Dingen beschäftigt“ oder „Nein, ich glaube, das kann ich mir nicht leisten“ oder „Nein, Coaching interessiert mich gerade wirklich nicht“. Manchmal ist ein Nein eigentlich eine versteckte Frage. Wenn es so ist, dann arbeiten Sie so lange mit der Person, bis Sie die Frage herausgefunden und sie beantwortet haben.

6. Vereinbaren Sie das weitere Vorgehen. Ein „Ja“ könnte sich auf eine Probestunde beziehen oder darauf, dass die Person Ihr Klient werden möchte. Eruieren Sie, wie das weitere Vorgehen aussehen sollte und wie man die einzelnen Schritte gestaltet und handhabt. Vereinbaren Sie noch an Ort und Stelle einen Termin oder machen Sie diesen per Telefon oder E-Mail aus. Sorgen Sie dafür, dass Sie den Namen, die E-Mail-Adresse und Telefonnummer der Person erhalten! Wenn Sie sich auf die nächsten Schritte geeinigt haben, zum Beispiel darauf, eine E-Mail zu versenden oder anzurufen, erledigen Sie dies so bald wie möglich.

### **Weitere Tipps, wie Sie Menschen für sich gewinnen**

- Übung macht den Meister! Je mehr Sie üben, umso mehr werden sich, genau wie Ihre Coaching-Fähigkeiten, auch Ihre Überzeugungsfähigkeiten verbessern. Im Prinzip bedeutet das, dass Sie im Gewinnen von Menschen gut werden, wenn Sie es häufig tun. Wenn Sie allerdings erst so lange warten, bis Sie sich bei der Durchführung hundertprozentig wohl fühlen, verschenken Sie wertvolle Übungsgelegenheiten. Außerdem wird Ihr Auftreten immer unechter wirken, je polierter und geschmeidiger es abläuft. Die beste Art zu üben ist mit einer möglichst großen Menge an Leuten zu sprechen, sie über die Kraft des Coachings zu informieren und anzufragen, ob sie Ihr Klient werden möchten. Sie können Ihr Selbstvertrauen auch dadurch stärken, indem Sie vor einem Spiegel, mit einem Freund, einem Familienmitglied, einem Coaching-Kollegen, einem Kassettenrekorder oder einfach mit sich selbst üben.
- Sorgen Sie für ein starkes Netzwerk zur Unterstützung. Treten Sie mit anderen Coachs, die sich in einer ähnlichen Phase des Geschäftsaufbaus befinden, in Verbindung und bilden Sie ein unterstützendes Netzwerk. Schließen Sie sich mit diesen anderen Coachs zusammen, um sich gegenseitige Unterstützung zu bieten, Brainstorming zu Ideen durchzuführen, Erfolge und Herausforderungen zu teilen und motiviert zu bleiben.