

So präsentieren Sie erfolgreich

Damit Ihre Argumente mehrfache Wirkung erzielen, sollten Sie diese nicht nur an die Ohren, sondern an alle Sinne ihres Kunden adressieren.



Ein Bild sagt mehr, als tausend Worte. Diese Regel trifft besonders stark auf den Verkauf zu. Wird er zu einer multimedialen Produktpräsentation, erreicht er nicht nur die rationale, sondern auch die emotionale Ebene des Kunden.

Kein Wunder, dass sie im Vertrieb einen immer grösser werdenden Stellenwert einnimmt.

Programme wie Microsoft PowerPoint haben in der Hinsicht

einen wahren Boom ausgelöst. Aber so kontrovers PowerPoint auch in der Öffentlichkeit diskutiert wird, so wirkungsvoll kann eine Multimediapräsentation zum Beispiel im Vertrieb sein, wenn sie optimal gestaltet ist.

Die acht Erfolgsregeln

Hier die acht wichtigsten Punkte

für erfolgreiche Kundenpräsentationen:

1. Achten Sie darauf, dass Sie plakative, schnell aufzunehmende Informationseinheiten auf Ihren Charts haben, am besten mit der Möglichkeit der Verzweigung zu detaillierten Informationen.

2. Denken Sie daran, dass die personale Präsentation – also Ihr Anteil – den grössten Stellenwert einnimmt. Am besten prüfen Sie, ob Ihre

Folie innerhalb von 20 Sekunden aufgenommen und verstanden werden kann, denn dann ist Ihnen die maximale Aufmerksamkeit sicher. Nutzen Sie am besten mehr Bilder als Texte, denn diese werden um ein Vielfaches schneller wahrgenommen und verarbeitet als Texte.

3. Nutzen Sie auch Musik, even-

tuell Töne und Geräusche, Video-clips, um Ihr Publikum emotional anzusprechen. Sie erzeugen damit eine angenehme Stimmung und öffnen Ihre Gesprächspartner.

4. Überlegen Sie, wie Sie eine Spannungskurve in Ihre Präsentation einbauen.

5. Setzen Sie Anker, damit sich die Interessenten an wichtige Botschaften gut erinnern können.

6. Verzichten Sie auf einen endlosen »Informationsteppich«, auf den der Kunde mit Ihnen gehen soll und konzentrieren Sie sich lieber auf das Wesentliche.

7. Setzen Sie Animationen nur kontextbezogen, also im Bezug zum Inhalt, ein. Beispiele: Sie zeigen eine startende Rakete? Dann bietet sich als Animation an, die Rakete aus dem Bild fliegen zu lassen. Sie wollen einen wichtigen Preis hervorheben? Dann zoomen Sie den Preis grösser. Sie wollen verschiedene Bestandteile eines Produkts zeigen? Dann blenden Sie die Teile nacheinander per Mausklick ein.

8. Zeigen Sie zu Beginn eine Agenda, damit der Kunde einen Überblick hat, was auf ihn zukommt. ■

Auch bei Präsentationen gilt: Das schwächste Glied der Kette bestimmt den Wirkungsgrad. Passt das Produkt oder die Rhetorik nicht, nützt auch die beste Multimediapräsentation der Welt nur wenig.

Autoren-Kurzbio:

Matthias Garten



Dipl.-Wirtschaftsinformatiker, in der Geschäftsleitung der Präsentationsagentur smavicon Best Business Presentations tätig, hat mit seinem Team seit 1993 schon mehr als 50.000 PowerPoint-Charts, über 150 VideoClips und Multimedia-Anwendungen für unterschiedliche Branchen und Unternehmensgrössen entwickelt. www.smavicon.de