

Die Kraft, die in Zielen steckt

NLP for Business

Gute Zielsetzung und klare Ziele, die man auch erreicht, sind im Verkauf und auch in jedem anderen Bereich in dem es auf Erfolg ankommt unerlässlich und äußerst wertvoll. Ziele sind die Realität von Morgen. Ziele motivieren uns. Ziele helfen über Zeiten der Routine und Schwierigkeiten hinweg. Ziele ermöglichen uns und anderen unseren Erfolg einzuschätzen, denn nur wer weiß was er will, kann schließlich entscheiden, ob er es erreicht hat oder nicht. Ziele sind Träume mit einer Zeitangabe.

Und noch etwas: In einer Langzeitstudie an der amerikanischen Universität in Yale, wurde 1953 eine Gruppe von Studienabgängern nach Ihren Zielen befragt. Nur 3% der Befragten hatten schriftlich festgelegte Ziele für Ihr Leben und einen schriftlichen Plan, wie sie diese Ziele erreichen wollten. Zwanzig Jahre später wurden dieselben Personen wiederum befragt. Das Ergebnis war überwältigend eindeutig. Die drei Prozent der Befragten, die sich zwanzig Jahre zuvor Ziele gesetzt hatten waren entschieden erfolgreicher als die übrigen 97% der an der Untersuchung beteiligten Personen. Zum einen waren sie glücklicher und zufriedener mit ihrem Leben, aber das Beeindruckendste war, daß diese drei Prozent finanziell erfolgreicher waren als die übrigen 97% zusammen. Das heißt sie besaßen nach zwanzig Jahren, trotz finanziell gleicher Ausgangsbedingungen, mehr Geld und materiellen Reichtum als die 97% der anderen Untersuchungsteilnehmer insgesamt erarbeitet hatten.

Deshalb wollen wir Sie in diesem Artikel motivieren, sich klare schriftliche Ziele zu setzen, oder wenn Sie schon welche haben diese wieder einmal durchzusehen und zu aktualisieren. Neben diesen größeren Zielsetzungen geht es diesmal außerdem um die präzise und richtige Formulierung von Zielen.

Was gibt es nun zu tun und zu beachten, wenn Sie sich langfristige Ziele setzen wollen? Als erstes ist wichtig, daß Sie sich selbst nicht von vorn herein einschränken, sondern, daß Ihre Ziele sie wirklich motivieren und begeistern. Sie erreichen nichts, wenn Sie schon bevor Sie sich etwas vorstellen oder erträumen eine "Nun sei aber bloß nicht unrealistisch"-Haltung einnehmen. Das liegt daran, daß solche Ziele uns meisten nicht genug begeistern um uns wirklich einzusetzen. Das heißt, wenn Sie sich hinsetzen um Ihre Ziele aufzuschreiben müssen Sie in einem sehr positiven, begeisterten und kreativen Zustand sein. Falls Sie das nicht sind sorgen Sie erst für die entsprechende Situation und Stimmung. Schreiben Sie dann Ihre Ziele zügig und konzentriert auf und beachten Sie dabei alle

Lebensbereiche. Zum Beispiel: Persönlichkeitsziele, wie und wer wollen Sie sein und was wollen Sie lernen und tun, materielle Ziele: was für Dinge wollen Sie besitzen, finanzielle Ziele: wieviel Geld wollen Sie verdienen, welche Rente oder Zinsgewinne wollen Sie erreichen?

Als nächster Schritt legen Sie fest was Sie bis wann erreichen haben wollen und ordnen Ihre Ziele danach bis wann Sie sie erreicht haben wollen. Wählen Sie dann die wichtigsten 3 Ziele aus, die Sie im nächsten Jahr erreichen wollen und machen Sie einen groben Plan, wie der Weg zu Ihrem Ziel aussehen könnte. Hier ist natürlich Ihr guter Realitätssinn gefragt. Wichtig ist es danach die Kraft des Handelns zu aktivieren. Die tollsten Ziele nützen nichts, wenn wir sie nicht umsetzen und selbst die längste Reise beginnt mit einem ersten Schritt. Setzen Sie deshalb für jedes anstehende Ziel eine konkrete Aktion fest, die Sie sofort oder in den nächsten 24 Stunden tun können. So sichern Sie sich die Kraft die im Handeln liegt.

Zur Erleichterung Ihrer Zielerreichung können Sie sich zusätzlich Modelle suchen. Das heißt Menschen, die die Ziele die Sie sich gesetzt haben schon erreicht haben und von deren Vorgehensweise Sie lernen können. Wenn Sie das gleiche tun wie diese Modelle werden Sie auch die gleichen Ergebnisse erzielen.

Wenn Sie sich diese Zielsetzungsarbeit wert gewesen sind und diese Schritte gemacht haben, werden Sie viel klarer, optimistischer, sicherer und begeisterter in die Zukunft blicken. Und das alleine wird schon einen positiven Einfluss auf Sie und die Menschen in Ihrem Umfeld haben.

Wie werden Ziele am effektivsten formuliert. Im NLP hat man festgestellt, dass Ziele, die den folgenden Kriterien entsprechen viel leichter erreicht werden können, da sie offensichtlich mit der Arbeitsweise unseres Nervensystem kompatibel sind. D.h. unserem Gehirn fällt es leicht so formulierte Ziele, als Leitbilder aufzunehmen und kontinuierlich an deren Umsetzung zu arbeiten.

Wenn Sie sich also ein Ziel setzen, und dabei kann es sich um ein großes langfristiges Ziel handeln, aber auch um ein kleines kurzfristiges Etappenziel, wie z.B. ein schwieriges Kundengespräch, eine Gehaltsverhandlung oder die Gestaltung eines dicht gedrängten Tag, gehen Sie in folgender Weise vor:

Formulieren Sie Ihr Ziel positiv

Das bedeutet die Aussage darf kein Verneinungen enthalten. Also statt "Ich will diesen Kunden nicht verlieren." "Ich werde seine Reklamation zu seiner Zufriedenheit bearbeiten."

Verzichten Sie auf Universalaussagen

Das heißt Ziele, die "alles", "immer", "niemals" oder ähnliches enthalten, müssen relativiert und präzisiert werden. Beispiel: statt "Ich will mein Kunden immer überzeugen" "Ich will meine Kunden überzeugen, wenn ich sicher bin, daß ich meine Versprechungen einhalten kann."

Seien Sie situationspezifisch

Die Zielformulierung muß sich auf eine konkrete Situation beziehen. Sie müssen also festlegen, wann Sie sich wem gegenüber wie verhalten oder fühlen wollen.

Seien Sie sinnesspezifisch genau

Das bedeutet, daß Sie sich ganz genau in die zukünftige Situation hineinversetzen müssen und genau fühlen, sehen, hören, riechen und schmecken sollen, wie die Situation sein soll, damit Sie Ihr Ziel als erreicht erleben können.

Das Ziel muß einen kurzen Feedbackbogen haben

Es muß also in einem kurzfristig überprüfbaren Zeitraum liegen (Tage, Wochen, evtl. Monate). Längerfristige Ziele müßte man in Zwischenschritte unterteilen bzw. wie oben beschrieben behandeln.

Das Ziel muß in Ihrer eigenen Macht liegen

Das Erreichen des Zieles muß durch Sie persönlich beeinflussbar sein. Es geht also nicht, daß Sie sagen "Ich will, daß mein Chef mir eine höhere Provision gibt." sondern "Ich will die Chance eine höhere Provision zu bekommen erhöhen indem Ich mich besonders für einen Großauftrag einsetze und mich auch ansonsten vorbildlich verhalte."

Das Ziel muß ökologisch sein

Ihr Ziel muß in Einklang mit Ihren sonstigen Zielen und mit Ihrem Umfeld sein. Wenn Sie zum Beispiel beschließen Neukunden zu akquirieren, kann es sein, daß Sie Gefahr laufen Ihre alten Kunden zu vernachlässigen und zu verlieren. Wenn Ihnen das erst in Mitten der neuen Aktivitäten klar wird haben Sie eine Menge Energie, Zeit und Aufwand verschwendet.

Deshalb ist es beim setzen von konkreten und gut formulierten Zielen wichtig am Ende noch einmal den größeren Zusammenhang in dem sie stehen zu betrachten und eventuelle Korrekturen zu machen oder Vorsichtsmaßnahmen zu ergreifen.

Falls Ihnen dieser Zielsetzungsprozess sehr komplex erscheint, spielen Sie ihn am besten jetzt gleich einmal anhand einer konkreten eigenen Situation einmal genau durch, damit Sie wirklich nachvollziehen können wie einfach, erfolgreich und organisch er eigentlich ist.

Darüberhinaus wird Ihnen das Verstehen und Üben dieses Zielsetzungsprozesses zu präziserem Denken verhelfen. Die Fragen, die sich dabei selbst stellen, befähigen Sie außerdem Ihren Kunden bei der Bedarfsanalyse und der Abschlußverhandlung gezielter und besser zu verstehen und zufrieden zu stellen.

Hier ein kleines Beispiel:

Kunde: Ich will bei dem Kauf schließlich nicht auf die Nase fallen.

*Verkäufer: Was meinen Sie genau mit "nicht auf die Nase fallen"?
(Positiv Formulierung)*

Kunde: Nun, ich will das Gefühl haben, daß ich ein gutes Geschäft gemacht habe.

Verkäufer: Woran würden Sie feststellen, daß Sie ein gutes Geschäft gemacht haben?

Kunde: Daran, daß ich bei Ihnen den gleichen Rabatt bekomme wie bei Ihrem Konkurrenzunternehmen. (Situationsspezifisch)

Jetzt hat der Verkäufer die Möglichkeit genau auf die Wünsche des Kunden einzugehen und eventuell noch ein "Bonbon" oben drauf zusetzen, oder er kann die Qualität und Vergleichbarkeit des Konkurrenzangebotes in Frage stellen um einen höheren Preis zu untermauern.

Ähnlich wie die beiden im obigen Beispiel verwendeten Formulierungen lassen sich auch die anderen Kriterien in vielen Situationen erfolgreich anwenden.

Wie immer wünschen wir viel Spaß beim Ausprobieren.