

Niemals, wenn die Nase läuft

Fortsetzung von Seite 7

- Halten Sie die Dauer Ihres Krafttrainings im Rahmen. Bei einem Training (egal ob Splitt oder Ganzkörper) über 60 Minuten reagiert der Körper mit einer vermehrten Cortisolausschüttung, was die anabolen Effekte auf die Muskulatur hemmt und negative Wirkungen auf das Immunsystem mit sich bringt.
- Trainingsphasen mit hoher Trainingsintensitäten müssen sich mit Phasen reduzierter Intensität abwechseln (Prinzip der Periodisierung). Bei einem Auto können Sie auch nicht permanent Vollgas geben.

Tipps zum angemessenen Ausdauertraining:

- Der Schwerpunkt Ihres Ausdauertrainings sollte generell in einem allgemeinen aeroben Trainingsbereich liegen (Grundlagenausdauer). Vermeiden Sie häufige Belastungsspitzen im anaeroben Bereich der Energiebereitstellung, die mit einer entsprechenden Laktatbildung einhergehen.
- Je nach Leistungsstufe kommen als geeignete Ausdauertrainingsmethoden die extensive, intensive und variable Dauer- methode in Betracht. Auch ein Intervalltraining ist durchaus möglich, sofern Sie Ihren Körper nicht permanent mit hochintensiven Intervallen an der Grenze der körperlichen Leistungsfähigkeit belasten.

Fazit: So macht Training Spaß und hält gesund!

Wenn Sie diese grundlegenden Tipps beachten, sollte auch in der kalten Jahreszeit Ihr Training gesichert sein. Vorbeugen ist besser als Behandeln. Deshalb sollten Sportler auch prophylaktische Maßnahmen ergreifen. Trotz aller vorbeugenden Maßnahmen kann es den Trainierenden dennoch einmal erwischen. In diesem Fall sollte der Sportler seinem Körper die benötigte „Auszeit“ einräumen. Mit einem grippalen Infekt wäre das Training sowieso nicht effektiv. Bedenken Sie aber die negativen Spät komplikationen, die ein zu früh einsetzendes Training auslösen kann.



Der Autor **Christoph Eifler** ist Diplom-Sportlehrer und Dozent der BSA-Akademie www.bsaakademie.de sowie der BSA-Privaten Berufsakademie www.private-ba.de im Fachbereich Fitness-Gesundheit.

Wie kann man das Vertrauen von Menschen gewinnen, die sich für eine Mitgliedschaft interessieren? Wie kann man die Vorzüge und Argumente für das eigene Studio so präsentieren, dass diese deutlich zum Ausdruck kommen, ohne dabei arrogant zu wirken?

Zunächst einmal ist die Reihenfolge von Vertrauensgewinn und Überzeugungsversuch entscheidend. Die Argumente und sonstigen Sachinformationen interessieren das potentielle Mitglied in der Regel erst, wenn dieses ein gewisses Grundvertrauen gefasst hat.

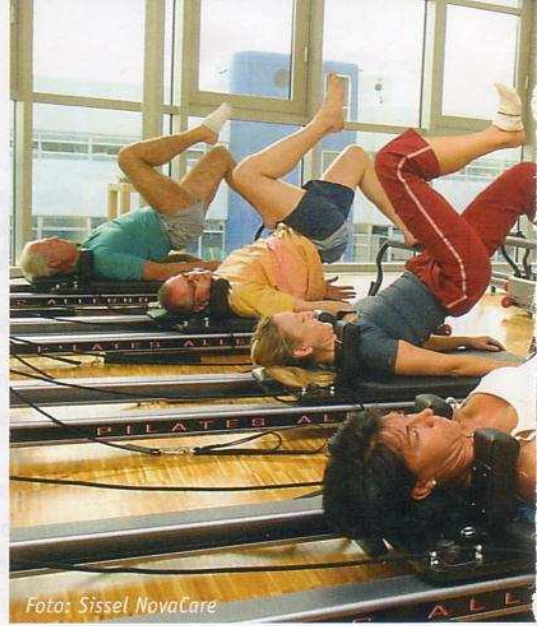


Foto: Sissel NovaCare

Sechs Meilensteine auf dem Weg...

Wie Sie Kunden-Kontakte aufbauen und durch Ihre Überzeugungskraft aus...

„Der Mensch hat zwei Ohren und einen Mund, damit er doppelt so viel zuhören kann wie er redet“, stellte der Philosoph Epiktet fest. Es gilt also der Grundsatz: Erst verstehen, dann verstanden werden! Hier bekommen Sie drei handfeste Prinzipien, um leichter eine Beziehung zum Gesprächspartner aufzubauen:

1. Aktiv zuhören

Wirkliches Zuhören ist eines der größten Geschenke, die Sie einer Person entgegen bringen können, weil Sie ihrem Gegenüber Zeit und Aufmerksamkeit sowie Bedeutsamkeit schenken. Dies schließt beispielsweise aus, dass Sie während des Gesprächs regelmäßig vorbeigehende Personen beobachten oder parallel einer anderen Tätigkeit nachgehen.

Aktives Zuhören bedeutet, dass Sie das, was Sie glauben verstanden zu haben, in Ihren eigenen Worten kurz wiedergeben. Angenommen jemand erwähnt beiläufig, dass er gerne schon vor der Arbeit trainiert, dann geben Sie dies in Ihren eigenen Worten wieder, gegebenenfalls mit unmittelbar sich daraus ergebenden Schlussfolgerungen: *Ihnen persönlich ist es also zum Beispiel wichtig, dass das Studio in dem Sie trainieren schon früh geöffnet hat.* Hierdurch fühlt sich Ihr Gegenüber ernst genommen und verstanden. Gleichzeitig können Sie sich auch vergewissern, dass Sie tatsächlich richtig verstanden haben – und dass hilft Ihnen, wenn es später darum geht, überzeugend die Vorzüge Ihres Hauses zu präsentieren.

2. Unterbewusstsein nutzen

Sie lernen jemanden kennen, haben noch kein Wort gewechselt, aber bereits ein leicht ungutes Gefühl, obwohl Sie nicht konkret greifen können, woran dies liegt.

Oder umgekehrt: Sie lernen jemanden kennen, haben noch kein Wort gewechselt und dennoch haben Sie bereits ein gutes Gefühl. Woran liegt das?

Die Wahrscheinlichkeit einen anderen Menschen zu mögen steigt vor allem dann an, wenn wir unterbewusst zur Einschätzung kommen, dass diese Person uns selbst ähnlich ist.

- Nehmen wir als Beispiel das Sprechtempo: Wie fühlt sich ein Langsam- sprecher, der auf einen Schnellsprecher trifft? - Überrollt!
- Wie fühlt sich ein Schnellsprecher, der auf einen Langsam- sprecher trifft? - Unruhig, vielleicht sogar gelangweilt!
- Wie können Sie dies im Neukontakt nutzen? Indem Sie sich „der Welt des Anderen“ ein wenig anpassen – hierbei gibt es viele mögliche Dimensionen: **Körperhaltung, Gestik, Sprachstil, Vokabular, Sitzposition** etc. Die Wahrscheinlichkeit, dass Ihr Gegenüber Ihnen vertraut, steigt hierdurch immens an, weil dessen Unterbewusstsein ihm signalisiert, dass Sie ihm wohl gesonnen sind.

3. Anerkennung spenden

Wir Menschen streben alle nach einem gewissen Maß an Anerkennung – bei uns selbst und anderen. Jeder möchte für seine Mühen und Errungenschaften sowie als Person insgesamt geachtet und geschätzt werden. Die meisten Personen verspüren hierbei jedoch ein deutliches Defizit. Dies wiederum ist für Sie eine Gelegenheit, die Beziehung zu einer Person zu verbessern.

Damit der Schuss nicht nach hinten losgeht, gibt es hierbei ein paar Punkte zu beachten: Lob und Anerkennung sollten



eg ins Vertrauen

Interessenten neue Mitglieder machen

immer aufrichtig und ehrlich gemeint sein – sonst lässt man es besser gleich bleiben, weil Ihr Gegenüber es in der Regel merkt. Gleichzeitig sollte eine Anerkennung konkret formuliert sein, damit die Person etwas damit anfangen kann. Es kann auch eine Kleinigkeit sein wie zum Beispiel: **„Ich finde es gut, dass sie sich regelmäßig Zeit für ihr Training nehmen. Sie haben sicherlich auch sonst viel zu tun“.** Wenn Sie dann noch eine Frage anschließen, dann wird das Kompliment auch so gut wie immer angenommen, zum Beispiel: **„Wie bekommen Sie das eigentlich hin?“**

Nachdem Ihr Gegenüber ein Grundvertrauen in Sie als Person gefasst hat und sich selbst verstanden fühlt, ist die Zeit reif für Vorzüge und Argumente.

4. Metapher

Metaphern sind wesentlich mehr als einfach nur ein Stilmittel. Sie besitzen meist eine wesentlich höhere Klarheit und Überzeugungskraft als die reine Sachinformation. Angenommen Ihr Studio ist vergleichsweise teuer, integriert aber deutlich mehr (bereits im Preis enthaltene) Zusatzangebote, für welche sonst zusätzlich gezahlt werden muss, dann ziehen Sie beispielsweise den Vergleich zu einem All-Inclusive-Urlaub. Der erscheint zwar zunächst teurer, aber im Endeffekt ist er oft günstiger, weil sonst noch Getränke, Mahlzeiten, Sportangebote etc. zusätzlich zum Reisepreis gezahlt werden müssen. Angenommen Sie sind ein günstigerer Anbieter als die Konkurrenz mit einem bekannten Namen: Ziehen Sie den Vergleich zur Automobilindustrie, bei der Sie für bestimmte Marken allein für den Namen einen erheblichen Aufpreis zahlen. Legt

Wer als Trainer ein Grundvertrauen zu den Mitgliedern aufgebaut hat, kann auch mal Hand anlegen.

jemand hingegen Wert auf das Prestige von Marken, können Sie auf der anderen Seite als Punkt für einen renommierteren Club fragen: **„Fahren Sie lieber Porsche oder Honda?“**

5. Erfolgsstory

Es gibt ganz bestimmte Gründe, weshalb jemand Mitglied in einem Fitnessstudio wird. Ein Mitglied will beispielsweise abnehmen, Muskeln aufbauen oder einfach insgesamt ein wenig an seiner Fitness arbeiten. Für die gängigen Zielkategorien haben Sie vermutlich mehrere Erfolgsbeispiele in Ihrem Studio. Diese können Sie im Gespräch hervorragend verwenden, um ein potentiell Mitglied dort abzuholen, wo es sich gerade befindet.

Sie können beispielsweise erwähnen, dass „Frau Müller, die vor etwa einem Jahr Mitglied wurde, weil sie schon lange 10 kg auf gesunde Weise abnehmen wollte. Durch das kombinierte Ernährungs- und Fitnessprogramm hat sie das Ziel in 10 Monaten erreicht.“

Dies ist konkreter und überzeugender, als wenn Sie lediglich äußern, dass dies möglich sei. Mit einem Beispiel wird schließlich klar, dass es bereits passiert ist – in Ihrem Studio, mit Ihren Trainern, mit Ihren Geräten, mit Ihrem Programm.

6. Stimmen zufriedener Mitglieder

Kaum etwas ist überzeugender als die Aussage eines zufriedenen Mitglieds. Ein Mitglied, das konkret beschreibt, weshalb es froh ist, sich für eine Mitgliedschaft entschieden zu haben, ist Gold wert. Der Interessent will schließlich auch eine möglichst hohe Gewähr haben, dass er die richtige Entscheidung trifft. Solche Aussagen zufriedener Mitglieder haben eine höhere Überzeugungskraft als jede Aussage, die Sie selbst als „Verkäufer“ treffen können, weil sie von neutraler Seite stammen – interessanterweise selbst dann, wenn Sie diese zitieren. Drucken Sie solche Stimmen jedoch in möglichst allen wichtigen Unterlagen ab, am Besten zu verschiedenen Leistungsmerkmalen – zum Beispiel jeweils eine Aussage zu Sauberkeit, den Trainern, den Geräten, dem Preis-Leistungs-Verhältnis usw.

Wenn Sie diese sechs Elemente umsetzen, dann sind Sie kaum zu bremsen

Weitere Tipps und kostenlose Tools für Ihre persönliche Effektivität finden Sie unter: www.EffektiverMitSystem.com

Gewinnen Sie die neue Zeitspartipps-CD von Zach Davis.

Einfach Downloaden!
Senden Sie eine E-Mail an:
Zeitsparen@EffektiverMitSystem.com




Der Autor und sein Werk: **Zach Davis**
Nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre in Köln gründete Zach Davis im Januar 2003 das Trainingsinstitut Peoplebuilding. Der als Trainer, Speaker & Autor bekannt gewordene Amerikaner hat in drei Bereichen erprobte Schritt-für-Schritt-Systeme entwickelt:

- PowerReading® – verdoppelt Lesetempo bei gleichem Verständnis
- Der Effektivitäts-Code®: Nachhaltig zu mehr Erfolg und Zufriedenheit
- Beziehungs- und Vertrauensaufbau für mehr Erfolg mit Kunden, Kollegen und Partnern.

Zach Davis besitzt Lehraufträge an verschiedenen Hochschulen und ist Autor diverser Medien:

- Buch „PowerReading®“
- Video „PowerBrain“
- Kommunik.-/Persönlichkeits-Tool „Personal Preferences Profile“
- 8-teilige Audioserie „Der Effektivitäts-Code®“
- Jahresprogramm für mehr Erfolg und Zufriedenheit
- Audio-CD „33 Zeitspar-Tipps“

Kontaktaufnahme unter:
info@peoplebuilding.de

Zach / 07