



ALPHA-PLUS-Profile und Assessment-Center Persönlichkeits-Signale: Auftragsentscheidend !

Dr. Harald Hauschild

Wie schnell und sicher können Sie erkennen, wie ihr Gegenüber „gestrickt“ ist, was ihn „anmacht“, was ihm „stimmig“ erscheint und was ihn für Sie und Ihr Angebot „einnimmt“? Und was nicht? Und wie stimmig und ehrlich Ihr Kunde Ihnen gegenüber „auftritt“? – „Beziehungsebene dominiert Sachebene“ lautet ein oft wiederholter Lehrsatz, in der Praxis allerdings oft nur als „Leersatz“ verbreitet. Ein klares Know-how-Gerüst haben die wenigsten dazu parat, obwohl es enorm wichtig ist und an sich auch recht einfach, wenn man die Kommunikationssignale seines Gesprächspartners mit modernen Erkenntnissen der Persönlichkeitsforschung „wahrnimmt“?

Leicht gesagt. Dazu ist neben genauer Wahrnehmung (=Wahrheit erkennen, sie annehmen und verwenden) die Kompetenz nötig, aus der Wahrnehmung die richtigen Schlüsse zu ziehen, diese ins eigene Handeln zu übertragen und die Wirkung des eigenen Handelns abzuschätzen, bevor es „passiert“ ist. Also die Kompetenz, eine zielgerichtete intelligente (intelligere= einsehen, erkennen) Kommunikation (communis= gemeinsam) mit Aktions- und Re-Aktions-Schleifen zu führen.

Einen besonders effektiven Weg dazu bieten die Erkenntnisse der ALPHA PLUS-Forschung. Konkrete Tipps für die Praxis des Trainers finden sich in der abgebildeten Tabelle. Nach dem Stand heutiger internationaler Forschung sind fünf Persönlichkeits-Anteile in jedem von uns wirksam, in individuell unterschiedlicher Dosierung. Neben ALPHA, BETA und GAMMA, den drei in der Tabelle aufgelisteten und hier relevanten, noch DELTA und THETA. DELTA ist der Persönlichkeits-Anteil, der die mentale Stabilität und den Optimismus beinhaltet, THETA ist der Persönlichkeits-Anteil, der für Innovations- und Zukunftsorientierung steht.

Es kommt nicht auf die beabsichtigte, sondern auf die tatsächlich erzielte Wirkung an, auf den Eindruck, den wir tatsächlich „machen“. Nur der kann Kunde werden, den wir tatsächlich „erreichen“. Und wir erreichen jemand nur dort, wo er /sie sich befindet.

Alles läuft ohne Ausnahme durch die Wahrnehmungs-Filter des Gegenübers. Nur das kommt durch und erzielt Erfolgswirkung, was die Persönlichkeit des Gegenübers aufnehmen KANN und akzeptieren WILL. Alles andere ist unwirksam oder sogar kontraproduktiv. Man muss also, um positive Wirkung zu erzielen, die Signale der eigenen Persönlichkeit beachten.

Und zwar die beabsichtigten UND die nicht beabsichtigten, die nicht bewusst gesendet werden.

ALPHA PLUS-Hauptfaktoren	ALPHA: Aktiver Verhandler	BETA: Angenehmer Gesprächspartner	GAMMA: Abwägender Planer
Bezugs-Orientierung	sach- und zielbezogen	menschen- und beziehungsbezogen	fakten- und selbstbezogen
der Kunden-Nutzen sollte betonen	die Karriere-Vorteile	den Common Sense der Belegschaft	das Sachziel, Effizienz
Im Vordergrund bei Team-Konzepten	Stellung im Team	Zufriedenheit im Team	Strukturwirkung aufs Team
Fokus auf	ich / mein	wir / unser	es / die Sache
Sieht sich gern als	Initiator	Mittler	Kritiker
Strebt nach	Vorteilen	Zustimmung	Fehlerfreiheit
Entscheidet	schnell	abgestimmt	zögernd
Überzeugbar durch	Praxisbeispiele	Referenzen	Sachlichkeit
Wägt ab nach	Umsetzbarkeit	Gefühl	Logik
Sieht vor allem	Nutzenaspekte	Sozialverträglichkeit	Kosten
Verhandelt	offensiv, forsch	entgegenkommend	stur, defensiv
Schätzt	Stärke	Erfahrung	Innovation
Aussagen gelten	kurzfristig	personenbezogen	langfristig
Reaktion auf Druck	Gegenattacke	verunsichert	ausweichend
Achtet auf	Ausstrahlung	Eindruck	Kenntnisse
Risiko	bereit dazu	scheut es	reduziert es
Stark in Verkaufs-Phase...	III: Abschluss	I: Beginn, Eröffnung	II: Sachklärung

Zwei Wahrnehmungsfilter

Auf die nicht bewusst gesendeten Signale reagiert der Kunde in seinem Streben nach Sicherheit natürlich besonders. Denn das „wahre Gesicht“ und die wahren Absichten und Motive will er erkennen, um Irrtum und Enttäuschung vorzubeugen. Wir haben also mit zwei „Wahrnehmungs“-Filtern zu tun, die des Senders und die des Empfängers – mit zwei Grund-Konstellationen:

a) Gleichartigkeit besteht, wenn gleiche Persönlichkeits-Anteile aufeinander treffen: ALPHA trifft auf ALPHA, BETA auf BETA, GAMMA auf GAMMA. (Als Bild: Zwei Europäer begrüßen sich, indem sie sich die rechte Hand geben:

Das erfüllt beidseits die Erwartungshaltung, es besteht Gemeinsamkeit in Signalverwendung und Signaldeutung.)

b) Verschiedenartigkeit besteht, wenn ungleiche Persönlichkeits-Anteile aufeinander treffen: ALPHA trifft auf BETA oder GAMMA, BETA trifft auf

ALPHA oder GAMMA, GAMMA trifft auf ALPHA oder BETA. (Als Bild: Ein Europäer gibt zur Begrüßung die rechte Hand, ein Asiate verneigt sich. – Und kann dabei subtile Signale der Wertschätzung ausdrücken, was nun dem Europäer Deutungs-Rästel aufgibt...)

Analog entstehen Deutungs-Rästel, wenn ein Trainer mit starkem ALPHA-Persönlichkeits-Anteil auf einen Kunden mit starkem BETA- oder GAMMA-Anteil trifft, dann „trifft“ man sich nur, wenn mindestens einer die Haupt-„Sprache“ des andern beherrscht.

Kundensprache beherrschen

Da der Trainer vom Kunden etwas will (einen Auftrag), empfiehlt sich sehr, die Feinheiten der Kundensprache zu beherrschen. Dabei geht es nicht nur um den intellektuellen Prozess der Signaldeutung und Signalgebung, sondern auch und besonders um den mentalen Effekt der „gleichen Wellenlänge“, der „gleichen Chemie“, die die solideste Basis auch für Geschäfte darstellt. (Sie wissen doch: „Beziehungsebene dominiert Sachebene“.) Ein „guter“ Lösungsvorschlag für jemand mit hervorstechendem ALPHA-Persönlichkeits-Anteil ist einer, der schnelle Erfolge bringt. Bei einem starken BETA-Anteil ist ein Lösungsansatz dann „gut“, wenn er gemeinsam getragen wird. Und bei einem Menschen mit hervortretendem GAMMA-Anteil verdient nur ein in seinen Konsequenzen zu Ende gedachter Lösungsansatz mit gründlicher Abwägung der Vor- und Nachteile und eindeutigen und bestmöglichem Überwiegen der Vorteile das Prädikat „gut“. So grundverschieden sind Wahrnehmung und Orientierung, siehe die Beispiele in der Tabelle.

Erfolg: Basis für Folge-Aufträge

Wer diese Tastatur beherrscht, der findet den Zugang zu Kunde und (Folge-)Auftrag, ALPHA PLUS-Seminare vermitteln das Know-how.

Für die Phase des Kundenkontaktes ist ein „erster Eindruck“ zunächst ausreichend. Für die praktische Arbeit mit Führungskräften und Mitarbeitern in Training, Coaching und Personalentwicklung gibt es stärker differenzierte Profile, siehe unter www.alpha-plus-profile.de. Training und Coaching sind dauerhaft erfolgreich, wenn individuell Entwicklungsbedarf, Entwicklungspotenzial und die persönlichen Schlüsselfaktoren mit ALPHA PLUS-Messqualität festgestellt werden. Und wenn der Trainer/Coach weiß, welche Eigenschaften „plastisch“ (durch Training und Coaching veränderbar) sind - und welche nicht! Dieses Know-how kennzeichnet gute Trainer und Coaches, die ihr Geld wert sind.

Mehr bieten können als AC's

Unternehmen achten zunehmend auf das Preis-Leistungs-Verhältnis: Training und Coaching sind zu teuer für Werkzeuge minderer Qualität, Der Kunde erwartet das Beste, was der Markt bietet: „Sage mir, welches Werkzeug Du einsetzt und ich sage Dir, in welcher Qualität Du arbeitest - und wie wichtig Dir Dein Kunde ist“. ALPHA PLUS bietet das 10fache an Ergebnissen 20fache preisgünstiger als ein Assessment Center (AC) bei größerer Fälschungssicherheit, rund um die Uhr, innerhalb 30 Minuten: Ein Maximum an Umfang und Präzision für eine langfristig angelegte Potenzial-Entwicklung auf der Basis der natürlichen Persönlichkeitsstruktur – das macht Training und Coaching dauerhaft erfolgreich.

Service@Alpha-Plus-Profile.de
www.Alpha-Plus-Profile.ch