

# Zentralmarkt

EXKLUSIV FÜR WIEDERVERKAUFER  
ZEITSCHRIFT FÜR DEN ERFOLGREICHEN EINKAUF IM HANDEL

Ausgabe 03/2007

 **KNOW-HOW**

Zentralmarkt 23

## So wird Ihr Gedächtnis zum Powertool

Mit der richtigen Technik merken Sie sich, was Sie wollen. Es ist einfacher, als Sie denken. Ob Sie nun Kundennamen, Gesichter, Daten und Fakten zur Person abspeichern wollen oder Telefon- oder PIN-Nummern, Fachliteratur, Kundennutzen, Argumente, Einwandbehandlungen, freie Reden, ja ganze Verkaufsgespräche sind mühelos machbar. Aber auch die ganz einfachen, alltäglichen Dinge wie etwa einige Erledigungen, den Tagesplan oder die besten Witze merken Sie sich mit der hier vorgestellten „Geisselhart-Methode des Gedächtnisrainings“ mit Leichtigkeit.

Von Oliver Geisselhart

Die Grundtechnik ist das Assoziieren, also das Denken und Verknüpfen in und von Bildern und das Zulassen der hierbei empfundenen Gefühle. Da dies die Sprache unseres Unterbewusstseins ist, werden solche Informationen wesentlich besser, länger, genauer und sicherer abgespeichert, als nur einfaches wiederholen. Suchen Sie sich einfach Ihr Thema aus und machen Sie die Probe, wie leistungsfähig Ihr Power-Tool mit der „Geisselhart-Methode des Gedächtnisrainings“ läuft.

**Dipl. Betriebswirt Oliver Geisselhart (BDVT), TEAMGEISSELHART Training & Beratung GmbH, Dortmund, ist einer der erfolgreichsten Gedächtnis- und Mentaltrainer Europas, Bestsellerautor und Gedächtnistrainer des Jahres und bekannt durch zahlreiche Presse, Radio- und Fernsehauftritte. Er war bereits 1983, mit 16 Jahren, Deutschlands jüngster Gedächtnistrainer. Sein Spezialgebiet sind praxisnahe, zielgerichtete, übungsreiche und unterhaltsame Trainings mit sofort erlebbaren Erfolgen. Geisselhart versteht es in unnachahmlicher Weise mit Witz, Charme und Esprit seine Zuhörer zu begeistern, zu motivieren und zu Gedächtnisbenutzern zu machen. Dies brachte ihm schon im Jahr 2000 den Titel „Gedächtnistrainer des Jahres“ ein.**

denen Gefühle. Da dies die Sprache unseres Unterbewusstseins ist, werden solche Informationen wesentlich besser, länger, genauer und sicherer abgespeichert, als nur einfaches wiederholen. Suchen Sie sich einfach Ihr Thema aus und machen Sie die Probe, wie leistungsfähig Ihr Power-Tool mit der „Geisselhart-Methode des Gedächtnisrainings“ läuft.

### So bilden Sie Assoziationen

1. Je ungewöhnlicher und lustiger desto einprägsamer!
2. Sehen Sie Ihr Bild oder Filmchen vor Ihrem „geistigen Auge“.
3. Seien Sie spontan, grübeln Sie nicht lange über die passende Assoziation nach, sondern ent-



- scheiden Sie sich für die erste, die Ihnen einfällt.
4. Hören, fühlen, riechen und schmecken Sie Ihr Bild.
  5. Übertreiben Sie.
  6. Kein Druck, bleiben Sie locker!

### So merken Sie sich Namen und Gesichter:

1. Namen deutlich hören
2. Namen „verbildern“
3. Person, Gesicht, evtl. auffällige Merkmale beachten
4. Bild des Namens mit Bild der Person, Gesicht oder auffälligen Merkmal verknüpfen
5. Die Verknüpfung bleibt Ihr Geheimnis!

### Namen merken Beispiele:

Herrn Wolf stellen Sie sich z.B. mit einem Wolf tanzend vor.  
Frau Vorderbrügge steht vor der Brücke.  
Herr Strenge ist ein ganz Strenger.  
Herr Kuwalsky fährt mit einer Kuh auf dem Wall Ski.  
Frau Domaischel sitzt auf dem (Kölner) Dom während sie ein Ei schält.

### Souverän freie Reden halten:

Benutzen Sie hierfür bitte die abgebildeten Zahlensymbole.



Schreiben Sie stichpunktartig Ihre Rede und verknüpfen Sie

den ersten Punkt Ihrer Rede mit dem Zahlensymbol für die Eins, der Kerze. Den zweiten Punkt mit dem Schwan, usw.

Sie wollen sich beispielsweise folgende Rede für Ihre Außendienst-Verkäufer abspeichern:

1. Ein Verkäufer ist immer im Dienst. D.h. Augen auf, denn überall finden sich potentielle Kunden. (Stellen Sie sich vor wie Ihre Verkaufsmannschaft mit Kerzen sogar nachts losziehen um potentielle Kunden zu finden.)
2. Jeder Kunde kauft zuerst den Verkäufer. Also, Sympathie aufbauen und das Vertrauen des Kunden gewinnen. (Die Vertriebler kommen auf Schwänen zu ihren Kunden geschwommen. Das macht

sympathisch und schafft Vertrauen.)

3. Unbedingt nach den Wünschen des Kunden fragen. Nur so kann dieser bedarfsgerecht bedient werden. Danach auch nach dem Abschluss fragen. Viele Kunden kaufen einfach deswegen nicht, weil der Verkäufer nicht fragt. (Mit dem Dreizack alle Wünsche aufspießen und dem Kunden dann die optimale Lösung auf dem Dreizack aufgespießt übergeben).

Wenn Sie jetzt an eine Kerze denken, was kommt Ihnen in den Sinn? Und bei Schwänen? Und beim Dreizack? Sehen Sie die Bilder sind noch da. Und Sie können in Ihren eigenen Worten beschreiben, was Sie vor Ihrem geistigen Auge sehen. Das wirkt um Längen lebendiger und motivierender, als eine abgelesene Rede. (Genauso können Sie sich übrigens auch Fachliteratur, Texte oder Witze merken.)

### Telefon-Nummern, PIN-Codes, Geheimnummern sofort gemerkt.

Kreieren Sie eine lustige, absurde Geschichte aus den Zahlensymbolen und integrieren Sie bei einer Telefonnummer die dazugehörige Person, bei Ihrer Handy-PIN ihr Handy, etc.

Nehmen wir z.B. die Telefonnummer eines wichtigen Geschäftspartners: 9 5 0 9 0.

Die Geschichte könnte dann ungefähr so ablaufen: Sie sehen

### Oliver Geisselhart live auf zentrada-expo

**zentrada expo**

Sa 24.09. - Di 26.09.2006, Nürnberg



Am 25. Februar 2007 können Sie den Gedächtnistrainer des Jahres auf der Vortragsbühne von zentrada-expo live erleben. Dieses Event sollten

Sie sich nicht entgehen lassen! Weitere Informationen zum Vortragsprogramm auf zentrada-expo finden Sie unter [www.zentrada-expo.de](http://www.zentrada-expo.de)

24 Zentralmarkt

 **KNOW-HOW**

Ausgabe 03/2007

Ihren neuen Geschäftspartner im Geiste. Es kriecht eine Schlange (Symbol für die Neun) auf ihn zu. Diese packt er mutig mit der Hand (Symbol für die Fünf). Nun drückt er zu, bis sie ein Ei (Symbol für die Null) legt. Dieses platzt auf, heraus kommt eine neue Schlange (Neun), die, wenn sie Ihren Geschäftspartner sieht, das Ei (Null) lieber freiwillig legt.

**Angenommen Ihre Bank-Kunden-Karte hätte die Geheimzahl: 2 8 5 3.**

Der Film dazu könnte evtl. so aussehen: Sie stehen im Schalterraum Ihrer Bank. Plötzlich geht die Tür auf und ein „Schwan“ (Zwei) kommt herein. Er hebt seinen Flügel und holt eine „Sanduhr“ (Acht) darunter hervor. Die stellt er Ihnen auf die „Hand“ (Fünf). Doch Sie wehren sich sofort mit dem „Dreizack“ (Drei).

So eine skurrile Geschichte vergessen Sie bestimmt nicht wieder. Und jedes Mal, wenn Sie an Ihre Bank denken fällt Ihnen das Filmchen wieder ein und Sie haben sofort Ihre Geheimzahl parat.

### Tagesplan im Kopf

Was Sie als erstes erledigen wollen verknüpfen Sie, wie bei der freien Rede, mit der Kerze. Die zweite Erledigung mit dem Schwan, usw.

### Tagesplan Beispiel

1. Zur Bank und Schecks holen. (Stellen Sie sich die Schecks völlig mit Wachs, von der Kerze, vollgetropft vor.)
2. Den Privatwagen voll tanken. (Die Zapfpistole ist diesmal ein Schwan.)
3. Die neuen Kundenanalysen mit ins Meeting nehmen. (Alle Kundenkarteien auf dem Dreizack aufgespießt mit ins Meeting.)
4. Ein wichtiges Fax an einen Kunden senden. (Ihr Faxpapier ist grün und hat die Form eines vierblättrigen Kleeblattes.)

Wenn Sie sich nun wieder die Zahlensymbole anschauen werden die Erledigungen als kleine Filmchen reuepassieren.

Mit ein bisschen Training haben Sie die Zahlensymbole sicher schnell verinnerlicht. Sie werden auch feststellen, wie Ihre Kreativität rasant zunimmt. Denn die meisten Bilder oder Filmchen sind ja völlig absurd und lustig. Wer hier wie ein Kind denken kann hat eindeutige Vorteile. So können Sie sich mit der „Geisselhart-Methode des Gedächtnisrainings“ also nicht nur mehr in kürzerer Zeit sicherer merken, nein, das Ganze ist auch noch lustig. Und lachen kann man schließlich nie genug. <

