



„Das Gehirn und der erste Eindruck“

Einleitung:

Es heißt oft, dass der erste Eindruck entscheidend ist. Tatsächlich treffen wir innerhalb von Sekundenbruchteilen eine Bewertung, wenn wir jemanden zum ersten Mal sehen. Aber warum ist das so? In diesem Blog-Beitrag werden wir den ersten Eindruck aus neurowissenschaftlicher Sicht betrachten und die Erkenntnisse darüber erforschen, wie unser Gehirn den ersten Eindruck formt und welche Auswirkungen er auf unsere zwischenmenschlichen Beziehungen und im Verkaufsprozess hat.

Die Macht des Unbewussten:

Der erste Eindruck entsteht größtenteils auf unbewusster Ebene. Studien haben gezeigt, dass unser Gehirn in Bruchteilen von Sekunden automatisch Informationen wie Gesichtsausdrücke, Körperhaltung und Stimme verarbeitet und daraus eine schnelle Bewertung ableitet. Es ist ein Überbleibsel aus der Steinzeit, Freund oder Feind. Daher ist es ein langer Prozess den ersten Eindruck rückgängig zu machen, es erfordert sehr viel Zeit und Energie.

Nonverbale Kommunikation:

Unsere Körpersprache und unser Ausdruck spielen eine entscheidende Rolle bei der Bildung des ersten Eindrucks. Wir werden untersuchen, wie unser Gehirn nonverbale Signale interpretiert und wie Sie dieses Wissen nutzen können, um einen positiven ersten Eindruck zu hinterlassen. Ein schönes Beispiel ist, wir erkennen, wenn unser gegenüber lächelt, es jedoch nicht ehrlich ist.

Stimme und Sprache:

Die Art und Weise, wie wir sprechen, hat ebenfalls einen starken Einfluss auf den ersten Eindruck. Die Klangfarbe unserer Stimme, der Tonfall und die Sprechgeschwindigkeit können beim Gegenüber bestimmte Assoziationen und Emotionen auslösen. Es gibt eine Redewendung, die Musik macht den Ton, genauso verhält sich es beim Verkaufsgespräch. Pausen beim Reden können sehr viel aussagen. Das Geheimnis von jedem Verkaufsgespräch ist: Fragen, Fragen, Fragen.

Der Halo-Effekt:

Der sogenannte "Halo-Effekt" beschreibt die Tendenz, dass ein positiver erster Eindruck unsere nachfolgende Wahrnehmung und Beurteilung einer Person oder eines Produkts positiv beeinflusst. Die neurowissenschaftlichen Grundlagen des Halo-Effekts beschreibt eine kognitive Verzerrung, bei einer Person aufgrund einer bestimmten Eigenschaft z. B. Kleidung, sportliches Aussehen, Übergewicht, Brille und vieles mehr. So stecken wir im Vorfeld unser Gegenüber in die von uns geschaffene Schublade. Der erste Eindruck besteht immer aus meinen persönlichen Werten, Informationen, Religion, Erziehung und natürlich auch mein momentanes Umfeld.

Fazit:

Der erste Eindruck ist von großer Bedeutung, da er das Fundament für unsere zwischenmenschlichen Beziehungen und den Erfolg im Verkaufsprozess legt. Durch das Verständnis der neurowissenschaftlichen Grundlagen können wir bewusst an unserem ersten Eindruck arbeiten und ihn positiv gestalten. Nutzen Sie die Erkenntnisse über nonverbale Kommunikation, Stimme und den Halo-Effekt, um einen bleibenden und positiven ersten Eindruck zu hinterlassen und Ihr Potenzial im persönlichen und beruflichen Bereich voll auszuschöpfen.