

RENE PENSELIN



Spezial
Report

Die Macht der Überzeugung

Tipps und Techniken,
um ein Meister der
Überzeugung zu werden.

Die Macht der Überzeugung

Special Report

**Tipps und Techniken
um ein Meister der Überzeugung zu werden**

Wenn Sie mehr über René Penselin erfahren möchten, besuchen Sie www.wipec.de

Überzeugungskraft

Ihre Fähigkeit, andere zu beeinflussen und davon zu überzeugen, Ihnen zu helfen, um Ihre eigenen Ziele im Leben zu erreichen, ist eine der wichtigsten Begabungen, die Sie erlernen können. Ihre Überzeugungskraft kann Ihnen schneller als alle anderen Fähigkeiten helfen, die gewünschten Ziele zu erreichen. Sie kann den Unterschied zwischen Erfolg und Scheitern ausmachen. Überzeugungskraft kann Sie voran bringen und Ihnen ermöglichen, alle Ihre anderen Fähigkeiten auf höchstem Niveau einzusetzen. Ihre Überzeugungskraft wird Ihnen die Unterstützung und den Respekt Ihrer Kunden, Vorgesetzten, Kollegen, Mitarbeiter und Freunden zusichern. Die Fähigkeit andere zu überzeugen das zu tun, was Sie möchten, kann Sie zu einem der wichtigsten Menschen in Ihrem Umfeld machen.

Überzeugungskraft ist glücklicherweise eine Fähigkeit, die man durch Studieren und Üben erlernen kann, etwa wie Fahrradfahren oder schnell Tippen. Ihre Aufgabe ist es, ein absoluter Meister im Überzeugen zu werden; Sie müssen lernen, andere zu beeinflussen und zu motivieren, damit diese Sie auf dem Weg zu Ihrem Ziel unterstützen und ihnen helfen, Ihre Probleme zu lösen. Alle wirklich effizienten Menschen haben es gelernt, andere Leute mit und für sich arbeiten zu lassen um Ihre eigenen Ziele zu verwirklichen. Und das können auch Sie.

Zwischenmenschliche Beziehungen

Das Gegenteil von „überzeugend“ ist, wenig oder gar keinen Einfluss auf das Verhalten anderer Menschen zu haben. Es ist der Unterschied zwischen kraftvoll und kraftlos. Sie können entweder Menschen davon überzeugen, Ihnen zu helfen, oder von ihnen zum Helfen überzeugt werden. Eines von beiden. Die meisten Menschen sind sich nicht bewusst, dass jede zwischenmenschliche Beziehung auf einem komplexen Vorgang von Überzeugung und Einfluss beruht. Und eben weil sie diese Prozesse nicht kennen sind sie diejenigen, die überzeugt werden, anstatt selber andere Menschen zum Helfen zu überzeugen. Alle erfolgreichen Menschen sind Überzeugungsmeister. Sie denken viel und gründlich darüber nach wie sie andere Menschen dazu bringen könnten, ihnen zu helfen. Sie planen ihr Vorgehen sehr gründlich bevor sie handeln. Sie definieren ganz klar ihre Ziele und wählen danach die Menschen aus, deren Kooperation notwendig ist. Danach überlegen sie, was sie als Gegenleistung tun müssen um sich die Hilfe ihrer Kooperationspartner zu sichern. Sie versetzen sich in die Lage der Menschen, die sie überzeugen wollen und wenden dann das Prinzip des indirekten Aufwandes an. Sie erreichen ihre Ziele, indem sie indirekt überzeugen und beeinflussen.

Der Schlüssel zur Überzeugung ist die Motivation. Alle menschlichen Handlungen werden durch etwas motiviert. Ihr Job wird es sein herauszufinden, was andere Menschen motiviert und dann diese Motivation zu liefern. Menschen haben grundsätzlich zwei große Motivationen: der Wunsch nach Bereicherung und die Angst vor Verlust. Der Wunsch nach Bereicherung motiviert die Menschen sich die Dinge anzueignen, die sie im Leben schätzen. Sie wünschen sich mehr Geld, mehr Erfolg, mehr Gesundheit, mehr Einfluss, mehr Respekt, mehr Liebe und Glück in ihrem Leben.

Die menschlichen Wünsche werden nur durch die individuelle Vorstellungskraft begrenzt. Egal wie viel der Mensch schon im Leben hat oder erreicht hat, er will dennoch mehr und mehr. Wenn Sie einer solchen Person zeigen, wie sie mehr bekommen kann wenn sie Ihnen hilft Ihre Ziele zu erreichen, können Sie diese Person dazu motivieren in Ihrem Auftrag zu handeln. Präsident Dwight D. Eisenhower sagte: „Motivation ist die Kunst, den Menschen dazu zu bringen, das zu tun, was man will - weil er selbst es will.“ Sie müssen immer überlegen, wie Sie die Menschen dazu überzeugen können, Ihnen helfen zu wollen.

Die Angst vor Verlust

Menschen können auch durch die Angst vor Verlust zum Handeln motiviert werden. Diese Angst, in allen ihren Formen, ist meistens stärker ausgeprägt als der Wunsch nach Bereicherung. Menschen haben Angst vor finanziellen Verlusten, Angst davor, ihre Gesundheit zu verlieren, Angst vor dem Zorn oder der Missbilligung ihrer Mitmenschen, sie haben Angst, die Liebe einer Person zu verlieren und Angst, ihre hart erarbeiteten Ergebnisse zu verlieren. Menschen haben Angst vor Veränderungen, Risiko und Unsicherheit, da diese Zustände mit möglichen Verlusten einhergehen. Sie haben Angst ausgenutzt zu werden, weil sie auch hier mögliche Verluste einstecken müssen.

Wenn Sie einer Person vorzeigen können, dass sie einen Verlust verhindern kann, wenn sie Ihnen hilft Ihre Ziele zu erreichen, können Sie diese Person zu einer bestimmten Handlung motivieren. Die beste Wirkung erzielen Sie, wenn Sie eine Möglichkeit zum Gewinn und eine um einen Verlust zu verhindern gleichzeitig anbieten.

Alle Vermarktungsgeschäfte basieren auf der Überzeugungskraft der individuellen Verkäufer. Und schließlich wollen alle ihre Produkte und Dienste verkaufen. Manche Menschen mögen weder die Idee, ihren Lebensunterhalt mit Vermarktung zu verdienen, noch mögen sie Verkäufer. Die Tatsache ist aber, dass jeder seinen Lebensunterhalt damit verdient, irgendetwas an irgendjemanden, irgendwo und

irgendwie und zu irgendwelchen Bedingungen zu vermarkten. Die einzige Frage, die bleibt, ist „Sind Sie gut oder sind Sie schlecht im Vermarkten?“

Einfach „Fragen“

Das mächtigste Wort in der Vermarktung, Überzeugung und Beeinflussung ist das Wort „Fragen“. Das Wort gehört den „Fragenden“. Es gehört den Männern und Frauen, die sich nicht davor scheuen, sich für ihre Wünsche einzusetzen und nach den Dingen, die sie begehren zu fragen. Überzeugende Menschen wissen, dass im schlimmsten Fall ihre Gegenüber „Nein“ sagt, wenn sie nach etwas fragen. Wenn sie ein „Nein“ als Antwort bekommen, passiert nichts anderes, als dass sie wieder da sind, wo sie angefangen haben bevor sie gefragt haben. Durch das Fragen haben sie alle Chancen zu gewinnen und nichts zu verlieren. Es ist erstaunlich, was man durch einfaches Fragen erreichen kann.

Natürlich müssen Sie lernen, ein guter „Frager“ zu werden. Sie müssen höflich fragen. Sie müssen positiv fragen. Sie müssen erwartungsvoll fragen. Sie müssen mit einem angenehmen Tonfall fragen. Sie müssen auf freundliche und gut gelaunte Weise fragen. Sie müssen offen und ehrlich fragen. Sie müssen auf solche Weise fragen, dass Ihr Gegenüber Ihre Anfrage gerne überdenkt. Aber Sie müssen fragen. Ihre ganze Überzeugungskraft und Ihr ganzer Einfluss basieren auf der einfachen Grundlage, dass Sie vernünftig nach den gewünschten Dingen bei den Personen anfragen, die Ihnen am meisten dabei helfen können, sie zu erreichen.

Es gibt zwei Wege im Leben um die gewünschten Ziele zu erreichen. Der erste ist, selber darauf hin zu arbeiten, für sich selber und in eigenem Interesse. Sie können der „Robinson Crusoe“ der modernen Welt sein, nur auf sich selber blicken und sich zur Erfüllung Ihrer Bedürfnisse und Wünsche nur auf sich selbst verlassen. Durch diese Methode können Sie natürlich etwas erreichen, aber nicht viel. Die Person, die sich nur auf sich selbst verlässt wird durch ihre eigenen Fähigkeiten beschränkt. Diese Person wird nie reich oder erfolgreich sein.

Leverage

Der zweite Weg im Leben das zu erreichen, was man sich wünscht, ist Leverage zu erlangen, und einzusetzen. Leverage bedeutet zu lernen, wie man sich selbst multiplizieren kann und so mehr Gewinn aus den investierten Stunden bekommt als wenn man alles selber erledigt.

Es gibt drei Arten von Leverage, die Sie lernen müssen, einzusetzen, um Ihr volles Potential in unserer Gesellschaft zu erreichen. Diese sind „OPE, OPK und OPM“. Diese Abkürzungen stehen für Other People's Efforts (deutsch: der Aufwand anderer Leute), Other People's Knowledge (deutsch: das Wissen anderer Leute) und Other People's Money (deutsch: das Geld anderer Leute). In jedem einzelnen Fall, in dem eine Person es geschafft hat während ihrer Lebenszeit vom Tellerwäscher zum Millionär aufzusteigen, hat diese Person sich Unterstützung durch eine oder mehrere dieser Methoden geholt. Als Ergebnis kann man dann sehen, dass diese Person in ein paar Jahren mehr geschafft hat, als andere in ihrem ganzen Leben. Sie unterstützen sich selber wenn Sie sich den Aufwand und dadurch die Unterstützung anderer Leute sichern und diese davon überzeugen mit Ihnen und für Sie zu arbeiten um Ihre Ziele zu erreichen.

Manchmal können Sie Ihre Mitmenschen fragen, ehrenamtlich für Sie zu arbeiten, obwohl Menschen nicht lange ohne einen persönlichen Gewinn oder Vorteil arbeiten. In anderen Fällen können Sie deren Dienste käuflich erwerben und sich so mehr Zeit schaffen um wichtigere Dinge zu erledigen. Die Definition des Begriffes „Management“ ist „Dinge, durch andere erledigen“. Um ein Manager zu sein, müssen Sie die Kunst meistern, andere davon zu überzeugen und zu beeinflussen, auf ein gemeinsames Ziel hin zu arbeiten. Dies ist der Grund, wieso alle erfolgreichen Manager nicht unter Druck stehen. Sie erteilen ihren Mitarbeitern keine Befehle, sondern überzeugen diese, bestimmte Verantwortungen zu übernehmen, bestimmte Fristen einzuhalten und sich an bestimmte Leistungsstandards zu halten. Wenn eine Person davon überzeugt ist, dass die gute Erledigung einer Arbeit in ihrem eigenen Interesse ist, übernimmt diese die Verantwortung für den Job und seine Ergebnisse. Sobald ein Mitarbeiter Verantwortung für einen bestimmten Job übernommen hat, kann der Manager davon zurücktreten und dabei wissen, dass dieser fristgerecht erledigt wird.

Das Ricardo-Modell

In jedem Bereich Ihres Lebens haben Sie die Wahl, entweder selbst Hand anzulegen oder an jemand anders zu delegieren. Die Fähigkeit, andere davon zu überzeugen, mit dem gleichen Enthusiasmus ans Werk zu gehen wie Sie, erlangen Sie durch Übung Ihrer eigenen Überzeugungskraft. Am Anfang scheint es etwas länger zu dauern, dafür sparen Sie Zeit bei der Bearbeitung der delegierten Aufgaben.

Eines der wichtigsten Prinzipien der Wirtschaft ist das „Ricardo-Modell“, auch „Prinzip des komparativen Vorteils“ genannt. Dieses Prinzip beruht auf folgender Aussage: Wenn Sie jemanden finden, der einen Teil Ihrer Arbeit zu einem niedrigeren Stundensatz erledigen kann als Sie verdienen würden, wenn Sie wertvollere Teile Ihrer Arbeit erledigen würden, dann soll dieser Teil an eine andere Person delegiert oder ausgelagert werden.

Als Beispiel: Sie möchten 50.000 € pro Jahr verdienen. In einem 250-Tage-Jahr bedeutet das, dass Sie folglich 25,00 € pro Stunde verdienen. Um 50.000 € zu verdienen, müssen Sie Arbeit im Wert von 25,00 € pro Stunde erledigen, 8 Stunden am Tag, 250 Tage im Jahr. Folglich, falls Sie Arbeiten haben, die nicht mit 25,00 € pro Stunde bezahlt werden, beispielsweise Kopien von Dokumenten machen, archivieren, Briefe tippen oder Kostenformulare ausfüllen, sollten Sie diese Arbeiten nicht mehr selber erledigen. Sie sollten jemanden, der zu einem niedrigeren Stundensatz arbeitet, überzeugen, diese Aufgaben für Sie zu bearbeiten. Je mehr niedrige Aufgaben Sie abgeben können, desto mehr Zeit haben Sie für solche die besser bezahlt werden. Dies ist einer der wichtigsten Prozesse, um einer der besser bezahlten Mitarbeiter in Ihrem Beruf zu werden.

Das Wissen anderer Leute

Die zweite Art von Leverage um in Amerika erfolgreich zu sein, ist das Wissen anderer Leute. Sie müssen in der Lage sein, Zugang zum Wissen Ihrer Mitmenschen zu haben um erstrebenswerte Ziele zu erreichen. Erfolgreich sind nicht die Menschen die alles über alles wissen, sondern die, die geeignete Menschen mit dem nötigen Wissen finden.

Henry Ford wurde einst angeklagt, ignorant zu sein wegen seiner mangelnden akademischen Ausbildung, doch der Fall wurde von Gericht verworfen als Fort dem Richter erklärte, dass er auf seinem Schreibtisch eine Reihe von Druckknöpfen hat, mit denen er, wenn gedrückt, die gebildetsten und sachkundigsten Leute des Landes in sämtlichen Fachbereichen berufen kann. Der Richter gab Henry Ford recht, dass es weitaus wichtiger ist, Zugang zu den nötigen Informationen zu haben und zu bekommen, als alles auswendig zu lernen. Welche Informationen sind nötig, um Ihre wichtigsten Ziele zu erreichen? Welche speziellen Informationen müssen Sie sich selber aneignen, um Kontrolle zu behalten, und welche Informationen können Sie leihen, kaufen oder von anderen mieten?

Es wurde gesagt, dass wir in unserer Informationsgesellschaft nie mehr als ein Buch oder zwei Anrufe weit entfernt sind von etwaiger beliebiger Information im Land. Durch die online Dienstleistungen mit denen man auf riesige Datenbanken zugreifen kann dauert es meistens nur wenige Minuten bis man die gewünschte Information findet. Der beste Weg, um an die gewünschten Informationen oder spezielles Fachwissen zu kommen um Ihre Ziele zu erreichen, ist, einen Fachkundigen um ihre Hilfe zu bitten. Fast jeder Mensch, der auf einem Fachgebiet besonders viel erreicht hat, ist stolz auf seine Leistungen. Wenn Sie diesen um eine fachkundige Beratung bitten, machen Sie ihm ein Kompliment damit und motivieren ihn gleichzeitig, Ihnen zu helfen. Sie dürfen nur keine Angst davor haben, zu fragen, auch wenn Sie die Person nicht persönlich kennen. Manchmal können Sie ein paar Ihrer Freunde anrufen und jemanden finden, der jemanden kennt, der Ihnen schließlich helfen kann. Diese Art von Vernetzungen kann Ihnen viele Stunden, Wochen, ja sogar Monate harter Arbeit und unendlicher Überlegungen ersparen. Sowohl das Wissen, als auch der Aufwand anderer Leute muss vorsichtig behandelt werden, Sie müssen geschickt überzeugen und beeinflussen können, damit Ihnen mehr Zeit bleibt um die Dinge zu erledigen, die nur Sie erledigen können.

Das Geld anderer Leute

Die dritte Art, die auch sehr auf Ihren Überzeugungskünsten gründet, ist das Geld anderer Leute. Ihre Fähigkeit, das Geld anderer Leute zu nutzen um Ihre Talente und Begabungen einzusetzen, ist der Schlüssel zu finanziellem Erfolg. Ihre Fähigkeit, einzukaufen und Zahlungen aufzuschieben, zu verkaufen und sich Vorauszahlungen zu sichern, Mobiliar, Inventar und Ausstattungen zu leihen, vermieten und leasen, und Geld von anderen auszuleihen um Ihre eigenen Chancen zu steigern ist eine der wichtigsten Fähigkeiten, die Sie erlernen können. Diese hängen aber alle von Ihrer Fähigkeit ab, andere zu überzeugen mit Ihnen auf finanzieller Ebene zusammenzuarbeiten, damit Sie Ihr eigenes Kapital auszubauen um in Ihrer Branche vorwärts zu kommen. Ross Perot, Milliardär aus Texas, war einst Handelsvertreter für IBM. Er kündigte bei IBM und gründete das Unternehmen EDS mit 1.000 \$. Er hatte die Idee, die Datenverarbeitungsprozesse von großen Unternehmen zu übernehmen, hatte dafür aber keine Büroräume, kein Geld und keine Ressourcen zur Verfügung. Er sprach bei Dutzenden von möglichen Kunden vor und wurde von jedem einzelnen abgelehnt. Letztendlich wendete er sich an einen alten Kunden, der damit einverstanden war, seine Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen.

Das Problem war, dass Ross Perot kein Geld hatte um die Dienste einzurichten und zu liefern. Also fragte er seinen neuen Kunden, ob dieser einverstanden wäre, 50% der Gebühren im Voraus zu zahlen. Der Kunde willigte ein und so kann es zu der Gründung von EDS. Auf dieser kleinen Grundlage und mit viel Fragen und Überzeugung schaffte es Ross Perot eines der größten Vermögen der Welt aufzubauen.

Ihr Fähigkeit, finanzielle Unterstützungen zu verwenden hängt alleine davon ab, wie gut Sie andere Leute davon überzeugen können, Ihnen ihre finanziellen Mittel zur Verfügung zu stellen wenn Sie es am meisten brauchen.

Nutzen Sie Ihre sozialen Kompetenzen

Überzeugungskraft ist die Fähigkeit, Ihre sozialen Kompetenzen einzusetzen um mit Hilfe anderer Leute und deren Aufwand, Wissen und Geld aufzusteigen. Und der Schlüssel, um alle diese zu bekommen, ist einfach danach zu „fragen“.

Setzen Sie sich hin und stellen Sie eine Liste mit allen Leuten auf, die Sie entweder direkt oder indirekt kennen und die Sie um Hilfe fragen könnten. Fragen Sie um Rat. Fragen Sie um Ideen. Fragen Sie um Orientierung. Fragen Sie um Einblicke. Fragen Sie um spezielle Informationen. Machen Sie sich klar, was Sie wollen und fragen Sie danach. Sie werden staunen, wie viel sie durch einfaches Fragen erreichen können.

Die vier „P“s der Überzeugungskraft

Es gibt vier „P“s der Überzeugungskraft in Ihrem privaten und in Ihrem professionellen Leben. Diese sind Power (deutsch: Macht), Positioning (deutsch: Positionierung), Performance (deutsch: Leistung) und Politeness (deutsch: Höflichkeit). Und alles diese basieren auf Wahrnehmung.

Das erste ist Macht. Je mehr Macht und Einfluss Ihre Mitmenschen bei Ihnen voraussetzen, desto wahrscheinlicher ist es, dass diese Ihnen helfen werden Ihre Ziele zu erreichen. Wenn Sie zum Beispiel den Eindruck vermitteln, ein leitender Manager oder wohlhabend zu sein, ist er wahrscheinlicher, dass Ihnen Ihre Mitmenschen helfen werden, als wenn Sie als niedriger Angestellter wahrgenommen werden.

Sie sollten einschlägige Bücher zu diesem Thema lesen, über Macht und Einfluss im Geschäftsleben und wie Sie diese entwickeln können um überzeugender zu wirken. Kleine Änderungen Ihrer Kleidung, Körperhaltung, Einstellung, Verhalten und Körpersprache können einen großen Einfluss darauf haben, ob sich andere Leute von Ihnen überzeugen lassen Ihnen zu helfen.

Das zweite „P“ ist Ihre Positionierung. Dies bezieht sich darauf, wie andere Leute über Sie denken und reden wenn Sie nicht dabei sind. Ihre Positionierung im Geist und Herzen anderer Menschen bestimmt, wie sehr sie sich von Ihnen überzeugen lassen werden.

Stellen Sie sich folgende Situation vor: zwei Menschen, die Sie gut kennen, sitzen beieinander und sprechen über Sie. Wie würden die beiden Sie beschreiben? Welche Qualitäten würden sie in Ihnen sehen? Welche Wörter würden Sie verwenden? Und, das wichtigste, wie sollten sie über Sie denken, um Ihnen am meisten zu helfen?

Alle Ihre Handlungen, die Sie zusammen mit anderen Menschen unternehmen formen deren Wahrnehmung und Meinung über Sie. Denken Sie darüber nach, wie Sie Ihre Aussagen und Ihr Handeln auf solche Weise verändern können, dass Ihre Mitmenschen positiv reagieren wenn Sie um ihre Hilfe fragen.

Das dritte „P“, „Performance“, steht für Leistung. Dies bezieht sich auf Ihre Kompetenz und Ihr Fachwissen in Ihrer Branche. Eine Person, die für Ihr Können und Wissen hoch geschätzt wird, hat weitaus mehr Erfolg im Überzeugen und Beeinflussen als jemand mit einem mittelmäßigen Job.

Die Vorstellung, die Leute von Ihrer Leistungskraft haben, übt einen übermäßigen Einfluss auf ihre Meinung über Sie aus. Sie sollten sich der Aufgabe widmen, der Beste auf Ihrem Gebiet zu werden. Manchmal kann nur Ihr Ruf, der Beste auf Ihrem Gebiet zu sein, Sie außerordentlich überzeugend und einflussreich in allen zwischenmenschlichen Beziehungen wirken lassen. Ihre Mitmenschen werden Ihren Rat annehmen, offen für Ihren Einfluss sein und Ihren Anfragen zustimmen.

Das vierte „P“, „Politeness“, steht für Höflichkeit. Menschen tun Dinge aus zwei Gründen: weil sie wollen und weil sie müssen. Wenn Sie mit Ihrem Mitmenschen höflich, respektvoll und zuvorkommen umgehen, bringen Sie diese dazu, Dinge für Sie tun zu wollen. Sie sind motiviert, Ihnen mit allen

Mitteln zu helfen, Ihre Ziele zu verwirklichen. Nett zu anderen zu sein, erfüllt eine der tiefsten unterbewussten Bedürfnisse, das Bedürfnis sich wichtig und respektiert zu fühlen. Wenn Sie Ihrem Gegenüber dieses Gefühl vermitteln, sei es in einem Gespräch oder Ihre Einstellung und Handlungen, wird dieser für Ihre Anfragen offen sein und sich leicht überzeugen und beeinflussen lassen, wenn Sie ihn um Hilfe fragen.

Nochmal, Wahrnehmung ist alles. Die Wahrnehmung einer Person in ihrer Realität. Jeder Ihrer Mitmenschen handelt aufgrund der Wahrnehmung über Sie. Wenn Sie ihre Wahrnehmungen und Meinungen ändern, werden Sie auch die Weise ändern, wie sie über Sie denken und fühlen, und dadurch auch das, was diese für Sie tun können.

Werden Sie ein Experte

Sie können ein Experte der persönlichen Überzeugung werden. Sie können Ihre eigene Überzeugungskraft entwickeln indem Sie immer daran denken, dass es nur zwei Möglichkeiten gibt, Dinge zu erledigen: Sie können alles selber tun oder Sie können den größten Teil von anderen erledigen lassen. Ihre Fähigkeit, effizient mit anderen Menschen zu kommunizieren, zu überzeugen, zu verhandeln, zu beeinflussen, zu delegieren und zu interagieren wird es Ihnen ermöglichen, deren Unterstützung in Ihren Vorhaben zu sichern durch den Aufwand, das Wissen und Geld anderer Leute. Die Entwicklung Ihrer Überzeugungskraft wird es Ihnen ermöglichen, einer der mächtigsten und einflussreichsten Menschen in Ihrem Unternehmen zu werden. Sie wird Ihnen Türen öffnen in allen Bereichen Ihres Lebens.

Für Ihren Verkaufserfolg

Ihr René Penselin

Über den Autor

René Penselin ist Geschäftsführer des erfolgreichen Unternehmens WiPeC. Er ist Experte für Vertrieb, Business Kommunikation und Verhandeln sowie Internet Marketing.

Nach seinem betriebswirtschaftlichen Studium mit den Schwerpunkten Verkauf und Marketing entdeckte er seine große Leidenschaft für den Verkauf. Zunächst, vor über 18 Jahren als Verkäufer tätig, avancierte er schnell zum Verkaufsleiter und Geschäftsführer von international tätigen Unternehmen.

Als Key Account Manager und Distriktleiter wirkte er am Aufbau von strategisch wichtigen Märkten für die Suzuki International Europe GmbH sowie der Hyundai Motor Deutschland GmbH deutschlandweit erfolgreich mit.



Aufgrund seiner leitenden Funktionen wurde er entsprechend geprägt. So ist sein Credo einerseits analytisch und auf das Ziel gerichtet zu handeln, andererseits auch flexibel und kreativ auf sich verändernde Bedingungen zu reagieren.

Gemeinsam mit Dr. Jens Tomas schult René Penselin im Rahmen des innovativen Vertriebskonzepts „Vertriebscoaching 2.0“ internationale Konzerne, erfolgsorientierte Mittelständler, aber auch Dienstleister und Freiberufler, die so außergewöhnliche Umsatzsteigerungen erzielen.

Er nahm an zahlreichen Weiterbildungen u.a. zum lizenzierten Trainer and Consultant für die „Language and Behavior Profile“ bei Shelle Rose Charvet in Kanada teil. Außerdem absolvierte er die NLP-Master, NLP-Coach-Ausbildung sowie eine zertifizierte Trainerausbildung. Weiterhin ist er als Business-Coach und KfW- Gründercoach zertifiziert.

Er ist Berater, Trainer, Coach und Referent mit Leib und Seele! Als aktiver Marathonläufer weiß er um die Wichtigkeit von Ausdauer und Beharrlichkeit bei Projekten. Seit 2002 lebt er in Dresden und hat die Frau für das Leben an seiner Seite, mit der er seit 2012 verheiratet ist.

Referenzen – Zu seinen Kunden gehören renommierte Firmen wie:

Alfa Romeo, Allianz, Bundeswehr, Carmaster GmbH, DEVK Versicherungen, Elygo Business Akademie Berlin, Fiat AG, Institut für Personalentwicklung IPED GmbH Berlin, itSMF – IT Service Management Forum Sachsen, media projekt AG, Mitsubishi Motors, NHzwo-projects, Suzuki Internationale Europe GmbH, u.v.m.

Publikationen

E-Book: „Das Geheimnis Selbstvertrauen – wie Sie mit wenig Wunder bewirken“

Audio-CD: „Sprach und Verhaltensprofile im Verkauf“

E-Book: „Wie Sie im Internet Neukunden per Autopilot gewinnen“