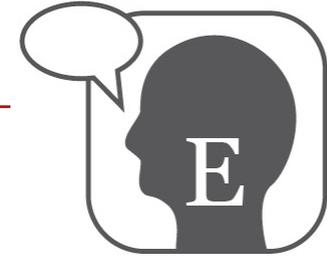

Verkaufen mit Persönlichkeit. So erreichen Sie intro- und extrovertierte Kunden

Dr. Sylvia Löhken

4. April 2016



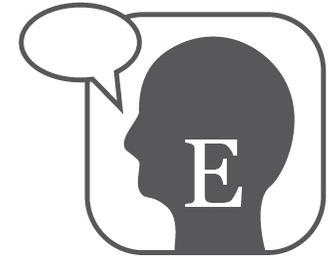
Nord und Süd der Persönlichkeit



typowerk / photocase.de



kallejipp / photocase.de

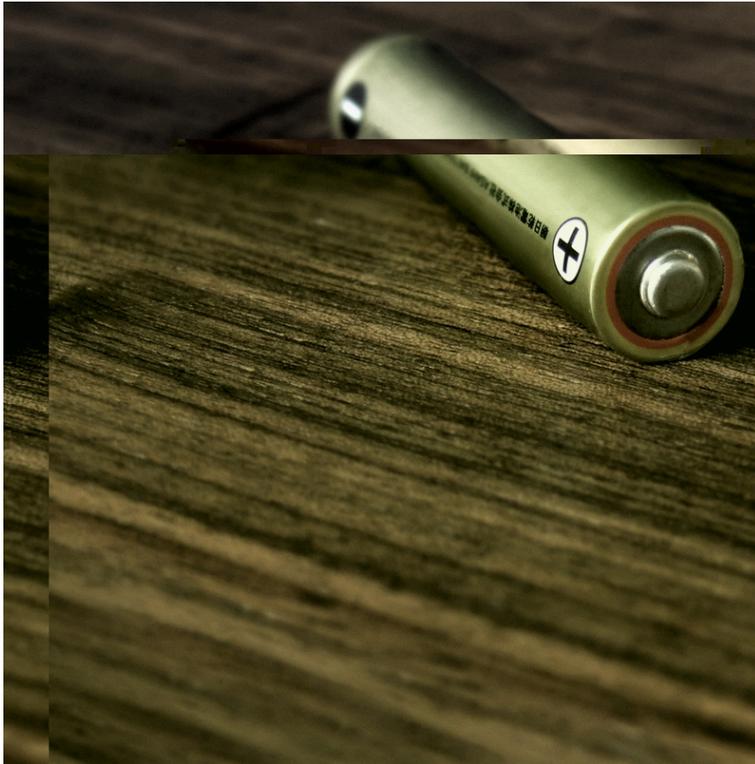


introvertiert

zentrovertiert

extrovertiert

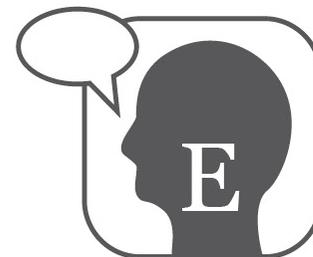
Unterschied 1: Ruhe / Aktion



complize/photocase.com



Bernator / photocase.com

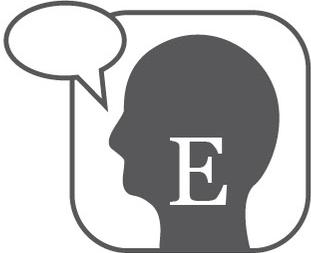


Und Sie?!

Unterschied 2: Stimulation



Papillon / photocase

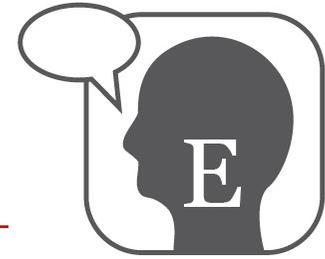


Und Sie?!

jöni / photocase



Unterschied 3: Sicherheit / Verlockung



Janine Wittig



misterQM / photocase

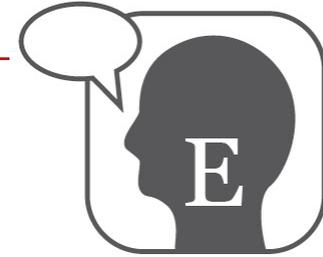


Und Sie?!

Unterschied 4: Menschendosis



Und Sie?!



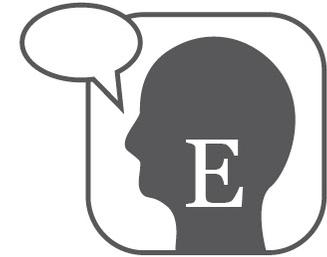
inkje / photocase



bluepaed / photocase

Unterschied 5: Grill / Lagerfeuer

bernjuer / photocase



Und Sie?!

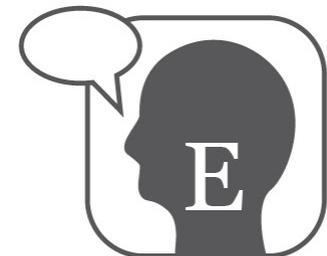
Thomas Kauroff /
photocase



Sind Sie eher **Extro** oder eher **Intro**?

Der ausführliche Test:

www.intros-extros.com/online-test/



Wir sehen die Welt nicht so,
wie sie ist,
sondern so,
wie wir sind.

Anaïs Nin

Verkaufen:

Intro- und Extro-Kunden gerecht werden

1. Sicherheit und Berechenbarkeit schaffen
2. Informationsdosis anpassen und ggf. erfragen
3. Auswahl strukturieren
4. Zeit lassen, Bedarf erfragen
5. Pausen machen!

1. Interesse wecken, Status betonen
2. verschiedene Sinne ansprechen
3. ausprobieren lassen
4. überraschen
5. eigene Gefühle durchscheinen lassen

A man in a white martial arts gi is performing a high kick in a grassy field under a clear blue sky. The text is overlaid on the right side of the image.

**FINDEN SIE HERAUS,
WER SIE SIND.
UND DANN TUN SIE'S
MIT ABSICHT!**

(DOLLY PARTON, EXTRO)

Sylvia Löhken

Leise Menschen – starke Wirkung

Wie Sie Präsenz zeigen
und Gehör finden

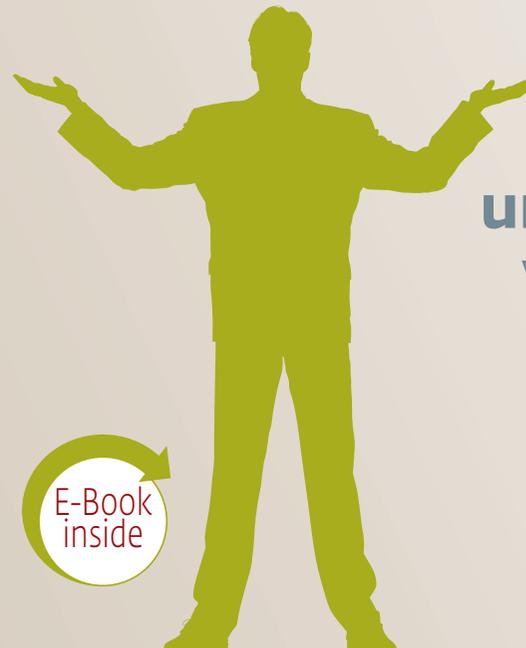


GABAL

Sylvia Löhken

Intros und Extros

Wie sie
miteinander
umgehen und
voneinander
profitieren



GABAL

Literaturempfehlungen und Kontakt

Zum Weiterlesen

Brooks, David (2012): Das soziale Tier. München: Deutsche Verlagsanstalt.

Grant, Adam, Gino, Francesca, Hofmann, David: Reversing the Extraverted Leadership Advantage. In: Academy of Management Journal 54:3 2011, S. 528-550

Kullmann, Kerstin (2015). Introvertierte: Leise Töne, starke Wirkung. Spiegel Online vom 20.07.2015.

<http://www.spiegel.de/spiegelwissen/psychologie-staerken-der-introvertierten-a-1042417.html>

Löhken, Sylvia (2016). Intro, Extro oder Zentro? Offenbach: Gabal

Löhken, Sylvia (2014). Intros und Extros. Wie sie miteinander leben und voneinander profitieren. Offenbach: Gabal.

Löhken, Sylvia (2012). Leise Menschen - Starke Wirkung. Wie Sie Präsenz zeigen und Gehör finden. Offenbach: Gabal. (auch als Hörbuch)

Nettle, Daniel (2012). Persönlichkeit - warum du bist, wie du bist. Köln: Anaconda.

Kontakt

Dr. Sylvia Löhken ist Autorin, Speaker und Coach.

Als Expertin für intro- und extrovertierte Kommunikation hilft sie ihren Kunden bei der Entwicklung "artgerechter" Lebens- und Arbeitsbedingungen: für sich persönlich und für ihre Teams.

IntrosExtros

Dr. Sylvia C. Löhken

Markt 7

53111 Bonn

Telefon: +49 - 228 - 336 75 32

www.intros-extros.com

sylvia.loehken@intros-extros.com

twitter.com/IntroExtro