

## ÜBERZEUGENDE RHETORIK

Notieren Sie aus 3 Beratungsgesprächen den Teil, in dem Sie mit positiver Wortwahl den Kunden von dem Arzneimittel überzeugt haben.

| Thema | Arzneimittel | Wortwahl |
|-------|--------------|----------|
|       |              |          |
|       |              |          |
|       |              |          |

Wie war die Reaktion des Kunden auf Ihre eigene Begeisterung?

---

---

---

Welche positiv assoziierten Worte können Sie noch nutzen?

---

---

---

Führen Sie einen Tag lang eine Strichliste! Überlegen Sie kurz nach jedem Gespräch, welche der folgenden Worte Sie benutzt haben!

| „man“ | „würde, wäre, könnte“ | „müssen, dürfen, sollen“ | „nicht/kein“ | „aber“ |
|-------|-----------------------|--------------------------|--------------|--------|
|       |                       |                          |              |        |

## ÜBERZEUGENDE RHETORIK

Was verändert sich, wenn Sie statt „man“ die direkte Formulierung „Sie“ verwenden?

---

---

---

Formulieren Sie um: „Das kann man bei Husten gut nehmen!“

---

---

Wie wirken Sätze, wenn Sie bewusst auf Konjunktive verzichten?

---

---

---

Formulieren Sie um: „Ich würde Ihnen diese Tabletten empfehlen!“

---

---

Wie wirken die Reizworte „müssen“ und „sollen“?

---

---

---

Ersetzen Sie „Sie müssen das 14 Tage lang einnehmen“ durch „Für Sie ist es am besten, wenn Sie das 14 Tage lang einnehmen“ oder „Die Wirkung des Arzneimittels ist für Sie am nachhaltigsten, wenn Sie es 14 Tage lang einnehmen“.

Was verändert sich? Wie wirkt diese Ansprache jetzt auf Ihre Kunden?

---

---

---