

Masterclass Zakelijk Flirten: ZIEN, HOREN, VOELEN

Wie de cliënt iets biedt wat waarde heeft, wordt beloond met geldstromen. Een keiharde rationele waarheid omtrent klantwaarde, maar vanuit welk bewustzijn ervaart jouw cliënt deze klantwaarde?

Het creëren van klantwaarde is een essentiële voorwaarde wil je organisatie blijven voortbestaan. Klantwaarde zit echter niet (alleen) in gedegen kennis, een subliem dienstenpakket, een innovatief product, creatief ondernemerschap, duurzaamheid of MVO. Het ervaren van klantwaarde gaat allereerst over *onbewuste gevoelens en ervaringen*, pas daarna komen de bewuste functionele voordelen van uw dienstenpakket.

Jij en je collega's *zijn het merk*, zij bevestigen (onbewust) de betrouwbaarheid, de sympathie en de deskundigheidsbeleving, of niet....?

Wil jij deelnemen aan 3 interactieve Masterclasses?

Dinsdag 12 maart ZIEN - 19.00 tot 21.30 uur

Donderdag 28 maart HOREN - 19.00 tot 21.30 uur

Donderdag 4 april VOELEN - 19.00 tot 21.30 uur

Concreet:

- ✓ Elke masterclass duurt 2,5 uur exclusief 15 minuten pauze
- ✓ Minimale groepsgrootte 10 personen & maximale groepsgrootte 20 personen
- ✓ Alle masterclasses zijn interactief van opbouw
- ✓ Uitgebreide syllabus per mail na afloop
- ✓ Locatie: Holiday Inn Eindhoven
- ✓ Deelname aan de masterclasses bedraagt € 75,- excl. btw per onderdeel

Aanmelden is mogelijk via info@wtce.nl

Dinsdag 12 maart - Masterclass ZIEN

Wil jij visueel indruk maken? In 10 stappen naar een professionele uitstraling

Hoe kunnen we onze in- en externe cliënten, onbewust doch respectvol, positief beïnvloeden door middel van onze uiterlijke presentatie?

Stap 1. De eerste indruk; Beeldfragment; de snelheid van beeldvorming!

Stap 2. Welke elementen in je uiterlijke verschijningsvorm zijn verantwoordelijk voor een (eerste) indruk?

Stap 3. Beeldvorming bewust en onbewust:

Stap 4. Welke persoonlijke voordelen hebben mensen die er goed uitzien?

Stap 5. De as van sympathie versus de as van bekwaamheid: Het verschil in de stereotype perceptie tussen het standaard mannelijk domein (bekwaamheid) en het standaard vrouwelijk domein (sympathie & deugzaamheid).

Stap 6. Beoordeling van elkaar. Hoe zie ik mezelf, hoe zie jij mij en hoe wil ik gezien worden? Aan de hand van LinkedIn foto en real life.

Imagobouwstenen ter beïnvloeding: hoe loert ons onderbewustzijn? Doen en laten, Contrasten, Kleuren en Lijnen.

Stap 7. Doen en laten; Hoe help jij je eigen imago om zeep? De niet professionele valkuilen onder de loep!

Stap 8. Contrastgebruik: Het onderbewustzijn loert quick and dirty; wat neem ik waar de Ik, Wij of Jij uitstraling?

Stap 9. Kleurgebruik: Van goed bedoeld naar professioneel, bekeken per beroepsgroep.

Stap 10. Lijngebruik: Benadrukt jij je IQ of je EQ?

Evaluatie en afsluiting ; Wat ik nog wilde weten.... Deelnemers krijgen persoonlijk de gelegenheid tot het stellen van vragen betreffende hun uiterlijke verschijningsvorm.



Donderdag 28 maart - Masterclass HOREN

Hoe klinkt jouw linguïstische vingerafdruk?

1. Taal heeft invloed op **gevoel, gedrag, keuzes en resultaat**
2. **Onderzoek je eigen communicatiestijl** (gebaseerd op Jung)
3. **Uitleg van de verschillende communicatiestijlen:** hoe ze te herkennen en je eigen taalgebruik hierop aan te passen. Immers hoe meer ik op je lijk, hoe aardiger jij mij vindt, hoe bereidwilliger jij wordt om mijn advies op te volgen.....
4. **Reactief taalgebruik:** Welke onbewuste energiebronnen spreek jij voldoende of onvoldoende aan als je tegen jezelf zegt: "Ik ga het proberen". En dan wil je dat ik, klant, je zie als een betrouwbare bron....?
5. **Verkleinwoorden:** Ik heb een leuk baantje als ... Dat probleempje verhelpen we wel eventjes... Uurtje factuurtje....
6. **Dubbele boodschap met ontkenningen:** Je moet het niet persoonlijk opvatten maar....
7. **M/V taalgebruik en stemgebruik:** De verschillen en wat is de norm?
8. **Verlies of winsttaal?** Het is geen moeite, het geen probleem, verschrikkelijk veel werk, ontzettend moeilijk.... En wat zet je in om je conversie te verhogen?
9. **Hoe krijg je overeenstemming, hoe vraag je de ander wat voor je te doen?** Positief versus negatief taalgebruik
10. **Het euroteken;** wat doet dit met ons onderbewustzijn?
11. **Ontkenningen:** Hoe komt het toch dat we zo vaak over het woord *niet* of *geen* heen lezen, of het zelfs volstrekt lijken te blokken?
12. **Evaluatie en afsluiting**



Donderdag 4 april - Masterclass VOELEN

Krijg binnen 2,5 uur de 7 belangrijkste non-verbale beïnvloedingstechnieken onder de knie!

1. **Vele mythes rondom non verbale communicatie ontzenuwd!** Hoe “lezen” we de ander? Trekken we conclusies uit iemands non verbale communicatie met ons hoofd of met ons hart? Interpretaties.
2. **Jezelf meer zelfverzekerd voelen?** De invloed van je hormonen op je houding. De weg naar meer charisma....
3. **Ontvangst;** De directeur liep voorop naar de spreekkamer en ineens was ik hem kwijt...het belang van de eerste indruk, sta je op achterstand of op voorsprong? Wie doet de deur dicht?
4. **Handdruk 3.0;** Ik voel, ik voel wat jij niet voelt? Blind oefenen, wat voel je, geef een karakterbeschrijving van de ander....
5. **Stemgebruik;** Vriend of autoriteit? Ik hoor het aan je stem....
6. **Gebruik van tijd;** Wachten totdat je een ons weegt? Wachttijden gevoelsmatig verkorten, kan dat?
7. **Telefoneren;** Doorverbinden, hoor de emotie en creëer meer betrokkenheid? Is het waar dat je non-verbale communicatie achteruit gaat bij veel gebruik van sociale media?
8. **De stand van de voeten;** Beschuitje van Verkade? Waar wil jij werkelijk zijn?
9. **De plaats aan tafel;** Stoelendans. De beste plaats aan tafel voor een eerste kennismaking, een klacht of een onderhandeling. Zitposities en status. Op welke zitpositie tel jij mee?
10. **De laatste indruk.** U komt er wel uit hè....?.
11. **Afsluiting en evaluatie**



WEER ZO'N DAG WAAR JE
AAN HET EINDE VAN DE DAG
SPIERPILN IN JE MIDDELVINGER HEBT.
- EST. MMXIII -
RUMAG.