

Anregungen für das persönliche Werbegespräch

1. Positive Grundhaltung:

Erfolg ist abhängig vom Auftreten des/der Werber/-in:

- Ich bin überzeugt → ich kann deshalb überzeugen.
- Ich bin motiviert, meine Überzeugung mit meinem Gegenüber zu teilen.
- Ich erzwingen nichts und erwarte keine sofortige Zustimmung.

Tipp: Das persönliche Wohlbefinden beeinflusst das Auftreten. Nicht jeder Moment eignet sich für ein gelingendes Werbegespräch. Der geeignete Zeitpunkt wird von dem/der Werber/-in selbst bestimmt.

2. Gute Vorbereitung:

Kenntnisse über den SEV, die Sektion und mein Gegenüber zahlen sich aus:

- Ich weiss, wovon ich spreche → ich fühle mich deshalb sicher.
- Ich kenne die Werbematerialien und Hilfsmittel und kann sie richtig einsetzen.
- Kenntnisse über Erwartungen und Interessen des Gegenübers stärken mich.

Tipp: Der SEV bietet Kurse und Trainings für Werber/-innen an, die helfen, Werbegespräche gut zu führen und die besten Argumente richtig einsetzen zu können.

3. Der richtige Einstieg:

Das Werbegespräch mit einer Frage zu beginnen, ist leichter:

- Kennst du den SEV und unsere Sektion? Hast du schon davon gehört?
- Was weisst du über SEV und seine Tätigkeit, seine Vorteile?
- Hast du schon einmal über den SEV gesprochen? Welchen Eindruck hattest du?

Tipp: Das potenzielle Mitglied braucht Zeit, die Frage zu beantworten. Der Gesprächseinstieg gelingt am besten, wenn das Gegenüber dort abgeholt wird, wo er/sie ist.

4. Dialog statt Monolog:

Zuhören ist häufig wichtiger, als selber zu reden:

- Auch das Gegenüber hat eine Meinung zu Gewerkschaften, zum SEV.
- Vorbehalte ernst zu nehmen, bedeutet auch, das Gegenüber ernst zu nehmen.
- Fragen und Vorbehalten kann mit guter Information und guten Unterlagen begegnet werden.

Tipp: Alle möchten mit ihrem Standpunkt wahrgenommen werden. Das gute Gelingen des Gesprächs hängt deshalb davon ab, ob das Gegenüber selbst zur Erkenntnis gelangt, die Mitgliedschaft lohne sich.

5. Sympathien spielen mit:

Es leichter, Personen zu überzeugen, die einem sympathisch sind:

- Sympathie spielt immer beidseitig: Das Gegenüber empfindet auch Sympathie und Antipathie.
- Das Gelingen des Werbegesprächs ist nicht möglich bei empfundener Antipathie einer Seite.

Tipp: Wenn die Werbetätigkeit auf mehrere Personen verteilt ist, kann Rücksicht genommen werden auf Sympathien und Antipathien. Es lohnt sich, mehrere Werber/-innen zu sein.

6. „Wo“ und „wann“:

Es lohnt sich, einen guten Gesprächsort und den geeigneten Zeitpunkt gezielt zu wählen:

- Ein gutes Werbegespräch braucht die Zeit beider Seiten und wenig Ablenkung.
- Es ist abhängig von den persönlichen Präferenzen, ob ein Gespräch eher in der Öffentlichkeit (Personalzimmer, Depot, Arbeitsplatz, ...) oder im Privaten stattfindet.
- Mehrfaches Ansprechen, Nachfassen und das Einbauen von Bedenkzeit kann zum Erfolg führen.
- Ein „Nein“ unter Zeitdruck erschwert ein späteres „Ja“.

Tipp: Wenn nur wenig Zeit zur Verfügung steht, können Unterlagen abgegeben werden und das vertiefte Gespräch zu einem späteren Zeitpunkt fortgesetzt werden. Bei der Auswahl von Zeit und Ort sollen beide

7. Die Gesprächstechnik:

Durch gezieltes Zusammenfassen und das Hervorheben deckungsgleicher Punkte wird das Gespräch strukturiert.

- Auf Wünsche und Interessen des Gegenübers eingehen und das Gespräch entsprechend vertiefen.
- Der Mitgliedschaftsabschluss benötigt teilweise Geduld und mehrere Gesprächsanläufe.

Tipp: Das potenzielle Mitglied kommt mit Erwartungen in das Gespräch. Diese werden nicht immer formuliert. Wichtig ist es, den Erwartungen möglichst zu entsprechen.

8. Die Umgangsform:

Zum guten Ton gehört es, freundlich und mutig aufzutreten:

- Mit Fragen und im Dialog entsteht Vertrauen.
- Die persönliche Überzeugung darf zum Tragen kommen.
- Höflichkeit und Sachlichkeit lassen auch kritische Gespräche nicht persönlich werden.

Tipp: Gelingt es, Kritik nicht persönlich zu nehmen, kann ihr sachlich und mit guten Argumenten begegnet werden. Dies fördert den Gesprächserfolg.

9. Zielstrebigkeit hinzu einem erfolgreichen Abschluss:

Ein Werbegespräch nimmt viele Wendungen, Ziel bleibt der Abschluss der Mitgliedschaft:

- In Werbegesprächen ist es wichtig, konsequent zu argumentieren und fair zu diskutieren.
- Wenn das Gegenüber lediglich Kritik äußern will und kein Interesse an einer Mitgliedschaft hat, kann das Gespräch beendet werden.
- Es wird vom Gegenüber erwartet, dass der/die Werber/-in am Gesprächsende zum Punkt kommt: „Werde Mitglied“.

Tipp: Gegen Ende eines vertieften Gesprächs lohnt es sich, den Abschluss der Mitgliedschaft konkret zu formulieren und das Ausfüllen des Talons anzuregen.

10. Wissen richtig einsetzen:

Werber/-innen sind überzeugend, wenn sie nicht allwissend sind.

- Wissenslücken sollen offengelegt werden. Diese Ehrlichkeit stärkt das Vertrauen.
- Beide Gesprächsparteien bringen ihr Wissen in das Gespräch ein.

- Selbstsicherheit kann in der Übertreibung überheblich wirken.

Tipp: Wenn Wissenslücken bestehen, können diese durch eine gemeinsame Recherche (Internet, Broschüren, Telefon) gemeinsam geschlossen werden. Der gemeinsame Erfolg verbindet.

11. Unsere Stärke:

Der Grundkonsens und die übergeordnete Zielsetzung.

- Eine Gewerkschaft und ihre Mitglieder verfolgen ein gemeinsames Ziel.
- Der kleinste gemeinsame Nenner sind der Erhalt und die Förderung guter Arbeitsbedingungen.
- Unterschiedliche Meinungen haben Platz, weil wir uns in der übergeordneten Zielsetzung einig sind.

Tipp: Der gemeinsame Nenner bezüglich der Forderung nach guten Arbeitsbedingungen und sicheren Arbeitsplätzen hilft dabei, die Wichtigkeit des SEV aufzuzeigen.

12. Perspektiven schaffen:

Gemeinsam sind wir stärker und kommen weiter:

- Die Stärke des SEV hängt von seiner Mitgliederzahl ab.
- Mitbestimmen kann man nur, wenn man dabei ist.
- Solidarität mit anderen bedeutet auch, selbst Solidarität zu erfahren.

Tipp: Gelingt es, beim potenziellen Mitglied ein Verlangen auszulösen, dazu zu gehören, erleichtert dies den Mitgliedschaftsabschluss.