



Working Out Loud Circle Leitfaden

Version 3.5 - May 2016

Woche 8 Üben Sie Empathie und Engagement



This material is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. That means you can share it and modify it as long as you attribute it and don't use it for commercial purposes.

Was Sie diese Woche erwartet

Wie Sie etwas anbieten kann alles verändern. Diese Woche werden Sie beim Anbieten von Beiträgen Empathie üben, indem Sie an der Art und Weise feilen wie Sie Ihre Nachrichten schreiben und allgemein auf Leute zugehen. Es ist eine wichtige Fähigkeit, die es zu entwickeln gilt. Genauso wie es sich anders anfühlt, ob Sie das gleiche Geschenk wunderschön verpackt oder überhaupt nicht eingepackt bekommen, genauso können Sie Ihre Beiträge mit ein bisschen Übung persönlicher und wertvoller gestalten.

Weiterführende Lektüre aus *Working Out Loud*

Chapter 13 - Making It a Habit

Chapter 17 - Your Greater Purpose

Blog-Eintrag: workingoutloud.com/blog/the-empathy-test

"How This Guy Can Get People to Read His E-mails" by Ramit Sethi

"PSA: Email Introduction Etiquette" by Anand Sanwal

"3 LinkedIn Email Responses For Invitations to Connect" by Helen Blunden

Agenda-Vorschlag

Dies ist eine praktische Sitzung, deren Inhalte Sie auf sofort auf Ihre eigene Kommunikation anwenden können. Versuchen Sie für die Übungen reale Beispiele aus Ihrer Arbeit und Ihrem Leben zu verwenden.

Aufgabe	Ungefähre Dauer
Check-in	10 min
Übung: Lesen und diskutieren Sie die drei oben genannten Artikel	20

Aufgabe	Ungefähre Dauer
Übung: Etwas für umsonst verkaufen (oder „Aufmerksamkeit bekommen“)	15
Diskutieren Sie die Wichtigkeit von Empathie in Ihrer Kommunikation	10
Check-out für Woche 8	5

Check-in (10 minuten)

Jeder von Ihnen sollte ein paar Minuten darüber sprechen ob Sie das Gefühl haben, Fortschritte zu machen. Das kann sich auf die neuen Beziehungen, neue Möglichkeiten oder auch nur auf eine neue Art über Ihr Ziel nachzudenken, beziehen. Konzentrieren Sie sich darauf, sich gegenseitig zuzuhören.

Übung: Lesen und diskutieren Sie die drei oben genannten Artikel (20 Minuten)

Wenn Sie die vorgeschlagen Artikel von Ramit Sethi, Anand Sanwal und Helen Blunden nicht gelesen haben, lesen Sie sie jetzt. (Wenn Sie sie gelesen haben, überfliegen Sie sie noch mal und bereiten Sie sich vor, sie zu besprechen.) Diese sehr unterschiedlichen Artikel haben etwas wichtiges gemeinsam: sie verlangen von Ihnen die Sichtweise der anderen Person einzunehmen, wenn Sie ihr Geschenk anbieten. Normalerweise ändert sich Ihr Gefühl, wenn Sie folgende drei Fragen bedenken, sobald Sie mit jemandem Kontakt aufnehmen:

Was wäre meine Reaktion, wenn ich diese Person wäre?

Warum sollte Sie reagieren?

Warum mache ich das?

Diese Fragen führen zu Empathie und Großzügigkeit und machen Ihnen Ihre Handlungen und Worte bewusster, die Sie benutzen. Wenn Sie Ihre Beiträge als ehrliches Geschenk formulieren, befreit es Sie von der Angst aufdringlich zu sein oder zurückgewiesen zu werden. Das Untersuchen Ihrer Motive hilft zu vermeiden manipulativ oder unehrlich zu sein oder etwas zu tun, womit Sie sich nicht wohl fühlen. Seth Godin hat dies als „Klang des Vertrauens“ beschrieben: „Großzügigkeit, keine Arroganz. Problemlösung, keine Verzweiflung. Hilfsbereitschaft, keine Selbstdarstellung.“

Nachdem jeder die Artikel gelesen hat, diskutieren Sie ob Sie zustimmen, dass jeder der drei beschriebenen Ansätze besser für Sender und Empfänger ist.

Übung: Etwas für umsonst verkaufen (oder „Aufmerksamkeit verdienen“) (15 Minuten)

Jetzt geht es darum, wie Nachrichten zugestellt werden sollten, damit sie gelesen und geschätzt werden. Ramit Sethi, Autor und Entrepreneur, hat es in seinem Artikel gut dargestellt: „Sie müssen etwas für umsonst verkaufen.“ Das Wort „verkaufen“ hat einen negativen Beigeschmack, aber es soll den Leuten zeigen, warum verkaufen dennoch für sie wichtig sein sollte. Hier ist ein Auszug aus seinem Artikel:

Schicken Sie Leuten zum Beispiel nicht einfach eine Buchempfehlung oder irgendeinen Link. In einer Welt, in der man täglich mit tausenden Links zu tun hat, können Sie die e-mail genauso gut direkt an den Papierkorb schicken.

Leuten irgendeinen Link schicken -selbst wenn er ihr Leben verändern würde- bedeutet nicht, ihnen einen Gefallen zu tun. Es ist eine Belastung.

Sie müssen etwas „für umsonst“ verkaufen. Sie müssen erklären, warum der Link wichtig ist und was sie aus ihm ziehen können.

Das ist der Schlüssel zur Empathie. Was wird die andere Person denken, wenn sie das liest? Wenn Sie dies im Hinterkopf behalten, sollten Ihre Nachrichten drei Elemente haben: Wertschätzung, Personalisierung und Bedeutung. Ganz gleich welches Medium Sie nutzen um jemanden zu erreichen, Sie sollten immer aufrichtige, wohl überlegte Wertschätzung für den Empfänger zeigen. Wie Sie das Geschenk übergeben hängt vom Level des Vertrauens ab, das Sie zu der Person haben und auch von der Relevanz des Geschenks. Je weniger vertraut die Beziehung, desto weniger aufdringlich das Medium. Jemanden auf Twitter oder im Firmen-Intranet zu erwähnen, zum Beispiel, sind weder ein offizielles Kennenlernen, noch eine Belastung, eine Text-Nachricht hingegen kann als beides angesehen werden und eine e-mail wiederum ist zwischen den beiden anzusiedeln.

Versuchen Sie jetzt mindestens einen Beitrag zu machen, z.B. einen Artikel teilen, oder eine Vorstellung zu arrangieren und üben Sie dabei, empathisch zu sein. Selbst wenn Sie nach Hilfe fragen, sollten Ihre ersten Gedanken Empathie und Großzügigkeit gelten. Wie wird der Empfänger Ihre Anfrage aufnehmen und gibt es eine Möglichkeit, sie als Beitrag zu formulieren?

Bevor Sie darüber nachdenken, jemanden genau zu befragen oder ihn stundenlang zum Kaffee trinken einzuladen (ein Kaffee ist weniger wert als der Mindestlohn!),

nehmen Sie sich die Zeit herauszufinden, wie die andere Person auch vom Gespräch profitieren kann. Unter Umständen müssen Sie sehr kreativ werden, aber es wird Ihnen helfen herauszuragen und bessere Ergebnisse zu erzielen.

Diskutieren Sie über die Wichtigkeit von Empathie in Kommunikation (10 Minuten)

Diskutieren Sie Beispiele von Empathie -und den Mangel daran- in Ihrer täglichen Kommunikation. Reden Sie über ihre eigene „kostenlos verkaufen“ Übung und denken Sie an e-mails oder andere Nachrichten, die Sie bekommen. Sind die Leute normalerweise in Empathie geübt? Teilen Sie einige Ihrer besten und schrecklichsten Beispiele, die Sie erlebt haben.

Check-out für Woche 8 (5 Minuten)

1. Planen Sie das nächste Treffen.
2. Erinnern Sie die Leute daran den Circle Leitfaden für Woche 9 zu lesen und die weiterführende Lektüre.
3. Fragen Sie „Was werden Sie diese Woche machen?“

Sie sind jetzt zwei Drittel durch den Prozess. Gehen Sie Ihre Kontaktliste durch und verfassen Sie Beiträge. Betrachten Sie jeden Beitrag als eine Möglichkeit, Empathie zu üben und versuchen Sie, diese Woche mindestens einen Beitrag zu leisten.

Häufig gestellte Fragen

F: Etwas für umsonst zu verkaufen scheint künstlich.

Wenn es sich künstlich anfühlt oder nicht authentisch, hören Sie auf. Teilen Sie nur etwas, von dem Sie denken, es handelt sich um einen wirklichen Beitrag, der für die andere Person hilfreich oder interessant ist. Wenn Sie das Gefühl haben, es handelt sich um einen Trick, Manipulation oder eine Bitte um einem Gefallen, schicken Sie es nicht ab. Wenn Sie den Ausdruck „für umsonst verkaufen“ nicht mögen, betrachten Sie es als „die Aufmerksamkeit von jemandem erlangen“.

F: Aber was ist, wenn meine Beiträge nicht gut genug sind?

Auch wenn Ihre ersten Beiträge nicht Ihren Ansprüchen genügen, ob sie gut genug sind, hängt mehr davon ab, wie sie angeboten wurden und ob die Erwartungen an sie erfüllt wurden. Wenn ich 2000 Dollar für eine Vase aus einem Geschäft bezahle, erwarte ich ein gewisses Level an handwerklichem Können. Wenn ein Freund von mir gerade Töpfern lernt und mir eines seiner ersten Werke als Geschenk anbietet, schätze ich es sehr, egal wie unförmig es sein mag.

Bonus-Übungen

Leicht: Etwas, das Sie in weniger als einer Minute machen können

Denken Sie an eine kürzlich erhaltene Nachricht, die Ihnen das Gefühl gegeben hat, enger mit dem Absender verbunden zu sein. Was genau an der Nachricht hat dazu geführt, dass Sie sich so gefühlt haben? Versuchen Sie zu herauszufinden, wie Sie einige dieser Elemente, die andere eine größere Verbundenheit spüren lassen, verwenden könnten und gestalten Sie Ihre Nachrichten persönlicher und verbindlicher.

Herausfordernder: Etwas, das Sie in weniger als 5 Minuten machen können

Stellen Sie sich vor, Sie haben eine LinkedIn Einladung von jemandem erhalten mit dem unpersönlichen Standard-Text, den LinkedIn vorgibt: „Ich würde Sie gerne in mein LinkedIn-Netzwerk aufnehmen.“

Wie würden Sie sich fühlen? Wenn Sie so wie ich ticken, denken Sie „Mannomann, hatte er nicht mal 30 Sekunden übrig um mir eine persönliche Nachricht zu schicken?!“ Eine Netzwerkeinladung bei LinkedIn bietet die Gelegenheit, Empathie zu üben. Sie sollten Ihre Anfrage immer personalisieren.

Wählen Sie jetzt jemanden aus Ihrem Netzwerk, mit dem Sie bereits Kontakt hatten und schicken ihm oder ihr eine personalisierte Kontaktanfrage. Wenn Sie immer noch unsicher sind, können Sie mir eine Anfrage schicken und eine persönliche Begrüßung hineinpacken, erwähnen, dass Sie das Buch lesen oder mir erzählen, welchen Teil Sie hilfreich fanden. Dies ist „die Aufmerksamkeit von jemandem erlangen“.

LinkedIn macht es einem nicht leicht, eine personalisierte Anfrage insbesondere vom Handy aus zu schicken. Super – Ihre personalisierte Nachricht wird noch mehr aus all den generischen, computer-generierten Anfragen herausstechen, die die Leute erhalten. Es ist die Zeit wert, es vernünftig zu machen.