

Was ist Erfolg ?



...wo Wissen zu Erfolg wird

Business-Immobilien



FAIRPLAY

Wir haben für dieses Impuls-Dokument gearbeitet. Sie haben für dieses Ergebnis bezahlt. Sie werden damit ein gutes Ergebnis für Ihren Geschäftsaufbau erzielen. Wir möchten unser Ergebnis in Form des Preises erzielen. Bitte seien Sie fair und benutzen dieses Dokument, wie in den Bedingungen vereinbart. Fertigen Sie keine Kopien an und versenden keine Exemplare per eMail oder als Download. Die Publikation ist so günstig, dass Sie und Ihre Partner besser fahren, diese zu erwerben. Bitte bleiben Sie fair, wir werden es Ihnen durch weitere gute Angebote danken. Sie finden das Download-Portal über unsere Internetseiten.



Danke, Ihr Hans Janotta

Sie kennen bestimmt schon viele Definitionen von Erfolg. Und möglicherweise haben Sie selbst auch eine klare Vorstellung davon, was Sie darunter verstehen wollen. Blöd ist nur, dass auch alle die Menschen, die nicht erfolgreich sind, eine Vorstellung haben, was sie darunter verstehen wollen. Und nachdem, was wir bisher erlebt haben, haben auch alle die, an denen so etwas wie Erfolg vorbei gegangen ist. eine Erklärung dafür. Völlig egal!

Unser Impuls wird Ihnen möglicherweise eine andere Sicht auf das Thema geben und unser Anspruch ist nur, dass Sie dies in Ihre Betrachtung einbauen.

Wir begleiten Sie auf Ihrem Weg.

©2010+ HansJanotta•LEADERSHIP

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigung, auch auszugsweise nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. © einiger Abbildungen bei www.fotolia.de (Details im Impressum), © aller anderen Abbildungen beim Verfasser.

Produktion: www.diePUBLIKATIONSwerkstatt.com

Preis: €0,00

Was ist Erfolg?

Tja, da machen wir ein Fass auf! Die lapidare Wahrheit lautet: Sie können kein Geschäft machen ohne Begeisterung. Wenn man sich das anschaut, was hier in diesem Land so geschieht, egal ob in der Politik, oder in den Familien, oder im Urlaub oder beim Arbeiten, oder beim Bewundern Erfolgreicher, oder bei der Hilfe für sozial Schwache, muss man sich schon wundern, dass es das Wort „Begeisterung“ in der deutschen Sprache überhaupt gibt. Haben Sie schon einmal mit erlebt, wie Familienfeste im Mittelmeerraum oder in der kasachischen Steppe funktionieren? Hatten Sie schon einmal die Gelegenheit, ein katholisches Fest oder einen Gottesdienst auf Malta zu erleben? Erinnern Sie sich an die Konfettiparaden in New York, wenn ein paar Leute vom Mond zurück kommen? Wissen Sie was abgeht, wenn der beste Verkäufer eines Unternehmens in den USA gefeiert wird? Und, haben Sie eine Idee, wie die Massai in der dünnen Steppe der Sahel-Zone eine Hochzeit feiern? Bei uns hat alles eine so vernünftigen und biedereren Geschmack. Bei uns scheint es eine Sünde zu sein, laut zu lachen. Bei uns scheint man nach einem Erfolg gleich zur Tagesordnung überzugehen und ihn dann zu verwalten.

Wir werden gleich noch über die praktische Auswirkung von Begeisterung reden. Zuerst gebe ich Ihnen eine Formel, die allgemeingültig für Geschäfte ist und die meine eigenen Geschäfte tief beeinflusst.

Erfolg = Leidenschaft + 

Den abgedeckten Rest bekommen wir später. Was bedeutet das, was Sie bisher sehen? Es bedeutet, dass sich alle Langweiler, alle Langsamen, alle Bedächtigen, alle Nachdenklichen, alle Skeptiker, alle Nörgler, alle Meckerer, alle Besserwisser grundsätzlich schwerer tun werden, Erfolg zu erarbeiten als diejenigen, die voller Begeisterung, andere ansteckend in eine Situation rein springen und auch dann noch lächeln, wenn irgendetwas schief geht. Es ist ganz egal, ob es sich um ein Geschäft oder um eine neue Beziehung handelt. Wenn Sie es schaffen, zuerst einmal zu glühen und dann zu denken, dann haben Sie gute Chancen. Bedenken Sie:

Denken ist Probehandeln

Und eines kann ich Ihnen hundertprozentig versprechen: Im Marketing werden Sie nur durch Handeln gewinnen, und nicht durch Probehandeln. Ich sage Ihnen nicht, dass Sie nie mehr denken sollen, aber ich sage Ihnen, dass Sie es jeden Tag ein bisschen mehr reduzieren sollen. Ich habe selbst zwei akademische Studien mit Abschluss hinter mir, und weiß ein bisschen, wovon ich spreche. Was habe ich in meinem Leben schon wertvolle Zeit mit Denken verplem-

pert, wo andere einfach losgestürmt sind, und eines erreicht haben, das durch Denken nie möglich ist, nämlich Erfahrungen sammeln. Warum sind so viele erfolgreiche Networker einfache Leute? Oder andersherum, warum sind so viele einfache Leute die besseren Networker? Weil sie nicht kompliziert denken können. Weil sie einfache Dinge so einfach lassen können, wie sie sind. Weil sie ohne Begründung begeistert sind und sich diese Begeisterung durch Nachhaltigkeit in Leidenschaft umsetzt. Seit ich weiß, wie schädlich denken sein kann, bete ich jeden Abend „Herr lass mich verblöden!“. Und deshalb sollen wir uns jetzt mal zusammen anschauen, wie es um Ihre Begeisterungsfähigkeit und Ihre Leidenschaft bestellt ist.



Meine Begeisterung meine Leidenschaft	100% ja	Ne ja, so mittel	Eher nicht	Was tue ich, um meine Begeisterung einen Schritt zu steigern?
Wenn ich jemanden neu kennenlerne, stelle ich mich sofort aktiv dem Gespräch und gebe viel von mir preis.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wenn ich jemanden neu kennenlerne, stelle ich mich sofort aktiv dem Gespräch und frage ihn sofort aus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Die Produkte, die ich anbiete, habe ich tief in mein Herz geschlossen und spreche immer begeistert davon.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wenn ich Freunde oder Bekannte treffe falle ich ihnen um den Hals und küsse sie und lasse mich küssen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich kann einen tollen Film auch zwanzigmal sehen und mich immer noch darüber freuen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wenn es mir finanziell schlecht geht, kann ich mein letztes Geld zusammenkratzen und eine Bratwurst genießen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich habe gar nicht daran gedacht, an der „Bratwurst“ des Autors rumzunörgeln, obwohl ich Vegetarier bin.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich kann es aushalten, der Mittelpunkt einer Gesellschaft zu sein und ich genieße es.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Andere Menschen erzählen anderen Menschen begeistert von mir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Ich kann eine stürmische Liebesnacht zelebrieren und tagelang genießen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich muss ein paar Kilo abnehmen und kann trotzdem schlemmen ohne zu bereuen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich mache mir selbst regelmäßig kleine oder große Geschenke und genieße sie immer und immer wieder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich betreibe bei meiner Zeitplanung ein aktives Leckerli-Management.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Die Unzulänglichkeiten meines Lieferanten schmälern meine Begeisterung für das Geschäft nicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Empfehlungs-Marketing empfinde ich als eine megatolle Methode für meinen Erfolg.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich kann unterscheiden zwischen Lächerlichkeiten (Halligallis) und echter Begeisterung großer Gruppen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Wenn mir jemand Begeisterung entgegen bringt, dann kann ich es souverän nehmen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich kann meine Begeisterung für andere Menschen öffentlich und kraftvoll äußern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ich kann bei einem Tor der Deutschen Mannschaft bei der Fußball-Weltmeisterschaft öffentlich mit toben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Ein Rückschlag im Geschäft wird auf der Konto „Erfahrung“ verbucht. Die Kraft für den nächsten Schritt vom Konto „Begeisterung“ abgebucht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Es soll die deutliche Mehrzahl an Kreuzen in der 100%-Spalte zu finden sein. Und Sie sollten die 2Do-Spalte akribisch ausfüllen. Wenn Sie sich dabei erwischen haben, nicht so begeisterungsfähig zu sein, geben Ihnen schon die Fragestellung einen Hinweis, was Sie tun können. Tun Sie immer nur einen Schritt, mehr schaffen Sie nicht. Und wenn Ihnen das alles jetzt zu blöd vorkommt,

dann können Sie entweder auf diese Tretmine latschen, oder Sie geben diese Checkliste jemandem, der Sie kennt und mit dem Sie gerne reden und sagen ihm „Ich traue mich nicht begeistert zu sein. Wie siehst Du mich und was empfiehlst du mir zu tun“. Denn eines dürfen Sie blind unterstellen: Wenn Sie den Sprung in Begeisterung und Leidenschaft nicht schaffen, brauchen Sie sich gar nicht mit den anderen Tretminen befassen. Welcher Kunde möchte schon von einem Langweiler langweilig angesprochen werden und daraus die Idee entwickeln, sich begeistert und enthusiastisch diesem klasse Produkt und dieser tollen Vertriebsform zuzuwenden? Sie werden immer das ernten, was Sie sähen. Und wenn Sie Langweiligkeit sähen, werden Sie Langweiligkeit ernten. Diese Langweiligkeit wird sich bis auf Ihr Konto ausdehnen.

Jetzt gibt es aber noch ein großes Problem. Leidenschaftliche Menschen können durchaus wenig diszipliniert sein. Jeden Tag werden Sie von neuen Ideen angefallen, für die sie sich begeistern, und wenn die zweite Komponente der Formel fehlt, geben sie diesen Versuchungen allzu leicht nach. Die fehlende Komponente ist

Erfolg = Leidenschaft + Focus

Nur wenn Sie ganz genau wissen, wohin Sie wollen und zu 100% interessiert sind, auch dort anzukommen, werden Sie Erfolg haben. Also müssen Sie bei jeder „dummen“ Idee oder bei jeder noch so vernünftigen Tätigkeit, die Frage stellen, die ich mir jeden Tag mehrfach stelle:

Welches Recht hast du, mich zu belästigen?

Wir werden das noch beim Thema „Zeitmanagement“ genauer anschauen. Aber erst, wenn Sie Wichtiges von Unwichtigem unterscheiden können, und beschließen ab sofort Unwichtiges aus Ihrem Leben zu verbannen, haben Sie die Chance auf Erfolg. Sonst laufen Sie Gefahr, ein enorm wildes und leidenschaftliches Leben in Verzweiflung enden zu lassen (wie viele Künstler oder Philosophen).

Mehr dazu in www.diePUBLIKATIONSwerkstatt.com

Und so erreichen Sie uns

HansJanotta ● **LEADERSHIP**

Hans Janotta
Finanzamt Alsfeld-Lauterbach, USt-ID: DE270881053

Post

Siehe «Internet» / Impressum

Internet www.diePUBLIKATIONSwerkstatt.com

copyrights und Bildnachweis

Das Gesamtwerk incl. aller Inhalte und Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt und darf nur vom Empfänger persönlich für die eigenen Arbeiten verwendet werden. Es dürfen weder Kopien angefertigt noch Kopien per elektronischem Verfahren weitergegeben werden. Einige Abbildungen unterliegen fremdem copyright, für die wir eine Lizenz erworben haben. Wir bedrohen Sie nicht mit rechtlichen Schritten, aber wir werden keine Rechtsverletzung zu unserem Schaden akzeptieren.

Gratis-Stempel © Wolf, Fotolia.com
Alle anderen Fotos und Grafiken: ©Hans Janotta