

Fortsetzung von Seite 6 kann sich auf Dauer selbst motivieren. Eine empirische Studie belegt, dass Selbstwirksamkeit ein wichtiger Faktor zur Selbstmotivation ist. Selbstwirksamkeit bedeutet, an sich selbst zu glauben, eine Aufgabe optimistisch anzugehen: „Ja, ich werde das auf jeden Fall schaffen.“ Oder konkreter: „Ja, ich werde glücklich UND erfolgreich sein“

An sich selbst glauben und 1, 2, 3 Zusatztrainings führen zum Ziel

Der Glaube an sich selbst ist ein wesentlicher Grundstein einer erfolgreichen und zugleich glücklichen Persönlichkeit. Sich seiner selbst und der eigenen Stärken wie Schwächen bewusst zu sein, schenkt die innere Freiheit, genau das Leben zu führen, das wir führen wollen. Nur in einem ressourcenreichen und powervollen Spitzenzustand treffen wir gute Entscheidungen, die unser Leben verändern. Wissen wir jedoch, was wir wirklich wollen, kann uns kein Mensch mehr aufhalten. Dann hilft unsere Leidenschaft und unsere Liebe dabei, unsere Ziele zu erreichen. Vorausgesetzt wir haben einen langen Atem. Denn auch bei der besten Absicht und den besten Voraussetzungen gelingt nicht immer alles gleich und sofort.

Große Ziele brauchen meist einen entsprechenden Zeit-horizont. Wer sich bis dato nur auf einen Lebensbereich – Erfolg ODER Glück – konzentriert hat, kann nicht erwarten, dass sich durch eine bloße Willensbekundung von heute auf morgen alles ändert. Außergewöhnlich erfolgreiche und glückliche Menschen haben eine große Willensstärke und eiserne Disziplin. Ob Profisportler oder Klaviervirtuose, ob selbstständiger Unternehmer oder Vertriebsprofi – nur wer

an seinen Zielen dran bleibt, wer kontinuierlich trainiert, sich darauf konzentriert, durch Übung immer besser zu werden, wird auf Dauer belohnt – mit dem angestrebten Erfolg UND dem erhofften Glück.

Aufgeben gilt nicht! Selbst wenn wir wieder einmal keinen Erfolg haben und kein Glück verspüren, dürfen wir an unsere Vision „glücklich UND erfolgreich zu sein“ glauben. Ja wir sollten uns sogar mit jeder Phase unseres Daseins und zu jedem Zeitpunkt als fähig wahrnehmen, Glück UND Erfolg zu erreichen. Kleine Misserfolge bedeuten nicht gleich Unglück. Nur weil mal etwas schiefgeht, heißt das noch lange nicht, grundsätzlich erfolglos zu sein und unglücklich. Der Blick für und in Richtung des großen Ziels – Glück UND Erfolg – darf niemals verloren werden, sondern muss erhalten bleiben. Viel Erfolg UND Glück dabei wünscht Ihr Marc M. Galal.

Zum Autor: Marc M. Galal

ist als Experte für Verkaufspsychologie und Erfolgstrainer davon überzeugt: „Das große Geheimnis des Erfolgs oder Misserfolgs liegt in der persönlichen Einstellung!“ Aufbauend auf umfangreichen Ausbildungen hat er die nls®-Strategie entwickelt. Insgesamt 1,3 Millionen Menschen haben Marc M. Galal gelesen, gehört und live erlebt. Zahlreiche Unternehmen wie Ikea, Toyota, Nike, Bang & Olufsen und Skandia setzen bereits seit Jahren auf nls®. In seinen Seminaren löst Marc M. Galal hemmende Glaubenssätze und ermöglicht den Teilnehmern den Neustart in das Leben ihrer Träume. Mehr Informationen unter www.marcgalal.com/nolimits.



NEWS

KALTURA:

Videos überholen das gedruckte Wort

Von sozialen Medien bis in die unternehmensweite Kommunikation: Visuelle Medien sind ein fester Bestandteil der digitalen Welt – und schicken sich an, dem statischen Text den Rang abzulaufen. Unser Gehirn verarbeitet visuelle Informationen 60.000 Mal schneller als gedruckte Wörter. Deshalb werden Videos zur Vermittlung von Inhalten immer beliebter. Der technologische Fortschritt begünstigt diese Entwicklung: Heute kann praktisch jeder Internetuser problemlos Videos erstellen und veröffentlichen.

In der Folge haben sich auch soziale Netzwerke immer mehr zu Videonetzwerken entwickelt: Früher war Facebook vor allem Texten und Bildern vorbehalten, Twitter diente zum Versenden von Textschnipseln und einzig YouTube verschrieb sich den Videos. Das ist jetzt anders: In allen Social Media-Kanälen dominieren Video-Inhalte. Auf Facebook gibt es inzwischen sogar mehr Videos als auf YouTube.

„Videos sind als Medium der Informationsverbreitung und -beschaffung nicht mehr zu ersetzen“, erklärt Michael Kummer, Vertriebsleiter EMEA beim führenden internationalen Videotechnologie-Unternehmen Kaltura. „Dabei dienen Videos aber längst nicht mehr nur der privaten Unterhaltung. Auch für Unternehmen rücken sie zunehmend in den Fokus, zum

Beispiel zur Weiterbildung der Mitarbeiter, zur Vermarktung von Produkten oder zur Kommunikation mit Kunden und Partnern.“

So ist in den vergangenen Jahren auch die Nachfrage nach Technologien und Services für Videoplattformen in Unternehmen rasant gestiegen. „Kaltura ist in den beiden letzten Jahren auf das Doppelte gewachsen“, berichtet Kummer. „Dabei arbeiten wir mit Unternehmen jeder Größenordnung zusammen.“

Zum Beispiel informiert „Novo Nordisk“ mit Kaltura über pharmazeutische Produkte, während „Philips“ Videos zur Unterstützung interner Innovationen nutzt. Ein mittelständisches Unternehmen, das die Kaltura-Lösung zur Schulung seiner Mitarbeiter einsetzt, konnte den Zeitaufwand um 50 Prozent senken. Und ein weiterer Kunde halbierte die Entscheidungs-vorlaufzeit für die Markteinführung von Produkten von 18 auf sechs Monate. „Videos vermitteln wichtige Informationen innerhalb kurzer Zeit auf unterhaltsame Art“, resümiert Kummer. „Das ist eine Chance, die sich niemand mehr entgehen lassen will – weder beruflich, noch privat.“

Case Study Philips: http://videos.kaltura.com/media/Sharin+g+Stories+That+Inspire+at+Philips+Kaltura+Case+Study/1_1y1vuasc
www.kaltura.com