



2020

**Die Basis für alle Workshops:
25 Jahre Erfahrungswissen**



Inhaltsverzeichnis

NEU!

Charakter und Persönlichkeit.....	
Werte (er)kennen – Werte (vor)leben – Werte weitergeben.....	4
Führung ist weiblich	
Frau und Führung – was sonst!	5
Verkaufstechnik im digitalen Zeitalter.....	
Das verkaufsaktive Inbound-Gespräch in der Kundenhotline	6
Workshops für Führungskräfte	7
Erfolgreich durch erfolgreiche Führung Teil 1	8
Erfolgreich durch erfolgreiche Führung Teil 2	9
Delegieren – aber richtig.....	10
Die Führungskraft als Coach ihrer Mitarbeiter.....	11
Veränderungsmanagement: Besser anders – anders besser	12
Projektarbeit – Nichts ist überzeugender als das eigene Handeln!	13
Train the Trainer – Trainings und Seminare selbst erfolgreich leiten	14
Benimm und Umgangsformen für Führungskräfte	15
Kundenorientierung	16
Kundenorientierung als Schlüssel zum Erfolg.....	17
Umgang mit dem „digitalen Kunden“ - Effizienz im Verkauf.....	18
Die Beschwerde: Von der Problemorientierung zur Lösungsorientierung	19
Kundenorientiert telefonieren	20
Umgang mit Stress am Telefon.....	21
Kommunikation	22
Menschenwerte im Verkauf – Kundenwandel ist Wertewandel.....	23
Erfolgreich argumentieren und verhandeln	24
Generation 50 Plus – Die Traumzielgruppe	25
Erfolgreiche Korrespondenz – zeitgemässer Briefstil.....	26
Wer ist Siggi Baierlein.....	27

NEU!

BHP

Charakter und Persönlichkeit

Werte (er)kennen – Werte (vor)leben – Werte weitergeben

Beschreibung	Welche Werte bzw. welche Charakterstärken bestimmen das Miteinander in Ihrem Unternehmen? Welche Stärken wollen Sie durch Ihr Handeln nach aussen transportieren? Werte sind dazu da, gelebt und nicht nach dem Motto „Papier ist geduldig“ behandelt zu werden. In unserer zahlen- und faktengetriebenen Welt kommt die Auseinandersetzung mit diesen Stärken häufig zu kurz. So werden Werte zu leeren Worthülsen. Aber genau diese Werte werden immer wichtiger, wenn die Produkte immer vergleichbarer werden. Sie bilden ein Gerüst. In der Vielschichtigkeit des Lebens geben sie Halt und Orientierung. Sie haben nicht nur etwas Verbindliches, sondern im Optimalfall auch etwas Verbindendes. Und genau hier liegt das Potenzial einer erfolgreichen Werte- bzw. Stärken-Kommunikation in der Führung.
Zielsetzung	<p>„Wer das emotionale Kapital nicht ausschöpft, handelt individuell und volkswirtschaftlich fahrlässig!“</p> <p>Rein definitorisch umfasst der Begriff emotionales Kapital all jene Ressourcen, die es einem Unternehmen oder einem Individuum ermöglichen, Stimmungszustände und Emotionen so hervorzurufen und zu beeinflussen, dass sie die definierten Handlungen und Zielerreichung maximal unterstützen. Die Charakterstärken bilden hier ein wesentliches Fundament.</p> <ul style="list-style-type: none">• Verstehen Sie, was Charakterstärken sind• Erkennen Sie Ihre individuellen Charakterstärken.• Lernen Sie, Ihre Charakterstärken zu leben, auszubauen und zu kommunizieren und zu praktizieren.
Inhalte	<p>Basis: Ihre persönliche Charakteranalyse 24 Charakterstärken und die Bedeutung für die Ausformung der 6 Tugenden</p>  <p>Der Workshop gibt Antwort auf diese Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Was sind meine wichtigsten Charakterstärken? Wie nehme ich diese in meiner Position wahr?• Wie kann ich diese Charakterstärken weiter ausprägen?• Wie beeinflussen die Charakterstärken meine Leistungsfähigkeit?• Wie und wo helfen mir diese Charakterstärken in meinem Führungsalltag?• Wie kann ich mit meinen Charakterstärken die Werte meines Unternehmens stützen und vermitteln?• Wie kann ich mit meinen Charakterstärken die Zielerreichung meines Unternehmens maximal unterstützen und umsetzen?
Teilnehmer	Führungskräfte, welche ihre Verantwortung auch im Werte-Kontext sehen.
Zeit	Tages-Workshop , vorgängig Erstellung der Charakteranalyse

Selbstverständlich sind alle Inhalte auch als Einzelcoaching umsetzbar

Führung ist weiblich

Frau und Führung – was sonst!

NEU!

Beschreibung Führungsrolle und weibliches Rollenbild stehen häufig in einem besonderen Spannungsverhältnis, für das es jedoch keine allgemein gültige Lösung gibt.

Frau mit Qualität kontra Frau als Quotenplatz geduldet oder Frau – beziehungsorientiert trifft auf Mann – statusorientiert.

Allein dieser Unterschied erklärt, warum Frauen beim Thema Führung oft den Kürzeren ziehen und den männlichen Kollegen den Vortritt erlauben: Führung ist nach wie vor ein Statussymbol. Führung heute verlangt jedoch ein hohes Mass an emotionaler Intelligenz, Verantwortungsübernahme und Intuition – kurzum: Fingerspitzengefühl im Umgang mit den Mitarbeitern und damit Beziehungsorientierung. Diese Tatsache macht Frauen zu unverzichtbaren Führungskräften!

Zielsetzung In diesem Seminar lernen Sie das unterschiedliche Kommunikationsverhalten zwischen Frauen und Männern kennen. Sie erfahren, wie Sie in der Welt der „männlichen“ Spielregeln mit weiblichen Qualitäten wirkungsvoll, souverän und selbstsicher auftreten und handeln und so ihre Führungsposition verantwortungsvoll einnehmen.

Inhalte **Frau und Führung**

- Wo stehe ich im Moment?
- Welche Rolle spiele ich?
- Welche Rolle fülle ich aus?
- Wo bestehen mögliche Konfliktfelder?
- Was ist mein bevorzugter Führungsstil?

Erfolgsfaktoren der Führung

- **Information**
 - Warum Frauen gute Ideen und Kompetenzen verschenken
 - Wie Sie die weibliche Informationsstärke nutzen
- **Delegation**
 - Warum Männer Frauen für sich arbeiten lassen
- **Motivation**
 - Der weibliche Führungsstil – es gibt ihn!
- **Durchsetzungsvermögen**
 - Die Sprache des Erfolges – Warum die Stolpersteine im Kopf liegen
 - Das „Verbünden-statt-kämpfen-Muster“
- **Kontrolle und Kritik**
 - Wer kontrolliert - führt
 - Was tun bei böartigen Angriffen?

Teilnehmer Frauen in Führungspositionen aller Hierarchiestufen

Zeit Tages-Workshop

**Selbstverständlich sind alle Inhalte
auch als Einzelcoaching umsetzbar**

NEU!

Verkaufstechnik im digitalen Zeitalter **Das verkaufsaktive Inbound-Gespräch in der Kundenhotline**

Beschreibung	<p>Die Kundenhotline gilt als Visitenkarte eines Unternehmens und ist für den ersten Eindruck verantwortlich, den ein Anrufer gewinnt.</p> <p>Insbesondere Personen, die im Markt zum ersten Mal anrufen, machen sich schon dabei ein Bild über das Unternehmen und ziehen daraus Rückschlüsse, wie freundlich, kompetent und professionell der Markt ist.</p> <p>Mehr denn je geht es darum, den Kunden bei seinen Fragen, Wünschen und Bedenken abzuholen, diese verkaufs- und abschlussorientiert zu beantworten</p>
Zielsetzung	<p>Mit dem Wissen um die marktinternen Telefon-Verkaufsstrukturen und unter zu Hilfenahme eines strukturierten Gesprächsleitfadens nutzen Sie die Hotline als aktiven Beratungs- und Verkaufskanal. Im Training on the job trainieren und festigen Sie die Abläufe und Ihre persönlichen Gesprächs- und Argumentationsstrategien.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wie sind die marktinternen Abläufe und Möglichkeiten für einen Verkauf am Telefon? ■ Welches sind die häufigsten Anruf-Gründe der Kunden? ■ Wie arbeite ich mit einem Gesprächsleitfaden und behalte damit das Gesprächsziel im Auge? ■ Wie finde ich überzeugende Kundenargumente? ■ Wie kann ich Gespräche am Telefon aktiv steuern, so dass diese für Sie und den Kunden effektiv und effizient sind? ■ Wie erkenne ich schnell und sicher Abschlusssignale und erleichtere so dem Kunden den Abschluss? ■ Wie kann ich souverän und sicher mit Kundeneinwänden umgehen? ■ Wie steigere ich den Verkaufserfolg des Marktes und meine Zufriedenheit als Kundenhotline-MitarbeiterIn?
Teilnehmer	MitarbeiterInnen der Kundenhotline
Zeit	Tages-Workhop mit anschliessendem Training on the job

Workshops für Führungskräfte



Erfolgreich durch erfolgreiche Führung Teil 1

Beschreibung	Kompetentes Führen erfordert den Einsatz von Führungsstrategien und -techniken, reflektierte Menschenkenntnis und ein daraus abgeleitetes glaubwürdiges und engagiertes Handeln.
Zielsetzung	Wir gehen davon aus, dass Führung eine Kunst ist, die erlernbar ist. Um Führungsaufgaben erfolgreich zu meistern, braucht es als Ausrüstung im Gepäck immer: <ul style="list-style-type: none"> • Wissen um die wichtigsten Führungstheorien, • Wissen um die Wirkung verschiedener Führungsstile und – verhaltensweisen, • Reflexionsfähigkeit der eigenen Führungspersönlichkeit in diesem Spannungsfeld, um ein • Rollenbewusstsein und ein eigenes Selbstverständnis als Führungskraft aufzubauen.
Inhalte	<p>Führung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist das überhaupt und wann führen Sie? • Wieviel Führung ist sinnvoll und notwendig? • Was sind die typischen Aufgaben einer Führungskraft? <p>Führungskompetenz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wichtige Eigenschaften von Führungskräften • Ihre Rolle als Führungskraft • Rollenklarheit vs. Rollendiffusion • Eigene Ressourcen erkennen <p>Wahrnehmung:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unterscheidung zwischen Wahrnehmung – Interpretation – Fühlen - Handeln • Gelenkte Selbstwahrnehmung • Selbst- und Fremdwahrnehmung <p>Mitarbeiterpersönlichkeit</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was wissen Sie über die Persönlichkeit Ihrer Mitarbeiter? • Wie erkennen Sie, wenn Ihre Mitarbeiter in einer „Sackgasse“ stecken? • Welche Wege helfen Ihren Mitarbeitern aus diesen schwierigen Situationen? <p>Umgang mit Mitarbeitern</p> <ul style="list-style-type: none"> • Herstellen von positivem Kontakt • Mitarbeiter gezielt unterstützen • Lob- und Kritikgespräche souverän führen • Interventionsmöglichkeiten bei Schwierigkeiten
Teilnehmer	Führungskräfte und Führungskräfte-Nachwuchs

Erfolgreich durch erfolgreiche Führung Teil 2

Beschreibung	<p>Führen ist (k)eine Kunst,...</p> <p>... aber auf jeden Fall ein sehr komplexer Vorgang. Ob man nun vom Kollegen zur Führungskraft wird, ob man ein neues Team übernimmt oder „nur“ eine stellvertretende Leitung: Führung bedarf Vorbereitung, Kenntnisse effektiver Methoden und eines klaren Rollenbewusstseins. Als Führungskraft kämpfen Sie täglich an mehreren Fronten gleichzeitig. Sie müssen Ziele verständlich formulieren, Aufgaben delegieren und Mitarbeiter zu Top-Leistungen bringen. Sie müssen gegenüber Vorgesetzten, Kollegen und Mitarbeitern oft starke Überzeugungsarbeit leisten. Und schliesslich müssen Sie Konflikte entschärfen und im richtigen Moment Kompromisse eingehen.</p>
Zielsetzung	<p>„Erfolgreich durch erfolgreiche Führung Teil 2“ ist die Optimierung zu Teil 1 und hilft Ihnen, Ihre Aufgaben im Business Alltag als Führungskraft noch besser zu bewältigen. Sie reflektieren Ihr Führungsverhalten und erlernen Methoden und Techniken zur effektiven und zielgerichteten Führung von Delegationsgesprächen, Beurteilungsgesprächen, Feedbackgesprächen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strategien für erfolgreiche Mitarbeiterführung - Motivation • Optimierung der Delegationstechniken • Optimales Verhalten bei Störungen und Konflikten im Team - Konfliktmanagement • Gezielte Förderung und Forderung der Mitarbeiter • Authentisch Führen
Inhalte	<p>Motivation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grenzen der Motivation • Motivation und Bedürfnisse • Motivation und Zufriedenheit • Intrinsische und extrinsische Motivation <p>Managementtechniken</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitstechnik: Was ist wichtig – was ist dringend? • Management by Delegation • Wann und wie setze ich diese Technik ein? • Wie führe ich ein Delegations-Gespräch? <p>Mitarbeiterförderung und –förderung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie schätze ich Mitarbeiter richtig ein? • Kommunikation mit Mitarbeitern
Teilnehmer	Führungskräfte und Führungskräfte-Nachwuchs

Delegieren – aber richtig

Beschreibung	<p>Die Kunst des Delegierens heisst zu lernen, sich wie ein Dirigent eines Orchesters zu fühlen und genauso konsequent die Aufgaben zu verteilen und effektiv zu steuern. Kein Dirigent würde je auf die Idee kommen, alle Instrumente selbst zu spielen.</p> <p>Delegieren heisst, Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten an andere - in der Regel an Mitarbeiter - zu übertragen.</p>
Zielsetzung	<p>Die Teilnehmer erreichen durch bewusste Delegation mehr Freiraum für ihre Führungsaufgaben. Sie erarbeiten einen Leitfaden zum Delegationsgespräch und trainieren dieses.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Was heisst Delegieren? • Warum überhaupt delegieren? • Die Bausteine für erfolgreiches Delegieren <ul style="list-style-type: none"> ○ Vertrauen ○ Transparenz ○ Kommunikation ○ Feedback • Welche Aufgaben kann ich überhaupt delegieren? • Wie ist mein derzeitiges Delegationsverhalten? • Wie kommuniziere ich meine Fehlertoleranz? • Typische Delegationshürden <ul style="list-style-type: none"> ○ Rückdelegation ○ Umdelegation ○ Delegationsverweigerung • Checkliste zur Vorbereitung, Aufgabenvergabe und Feedback/Kontrolle • Umsetzungstraining in verschiedenen Gesprächen <ul style="list-style-type: none"> z. B. <ul style="list-style-type: none"> ○ Motivierendes Delegationsgespräch ○ Feedbackgespräch
Teilnehmer	<p>Führungskräfte und Führungskräfte-Nachwuchs</p>

Die Führungskraft als Coach ihrer Mitarbeiter

Beschreibung	<p>In Zeiten flacher Hierarchien und dezentraler Entscheidungsstrukturen sind Unternehmen mehr denn je auf kompetente und selbstverantwortlich handelnde Mitarbeiter angewiesen. Führungskräfte sind daher zunehmend gefordert, ihre Mitarbeiter nicht nur anzuleiten, sondern sie in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung gezielt zu begleiten und zu fördern.</p> <p>Sie kennen diese Situation: Sie sollen Ihre Mitarbeiter motivieren und müssen zugleich den Leistungsdruck erhöhen. Sie sollen innovativ sein, es darf aber nichts schief gehen. Der Umgang mit oft widersprüchlichen Anforderungen an Ihre Führungsrolle wird damit zur entscheidenden Herausforderung.</p>
Zielsetzung	<ul style="list-style-type: none"> • Wie kann die Führungskraft ihre Rolle als Coach und die Funktionen im Coaching-Prozess überzeugend kommunizieren? • Wo liegen die Chancen & Grenzen der Coaching-Funktion einer Führungskraft und welche Themen sind tabu? • Was beinhaltet eine systematische Klärung von Auftrag und Zielen? <p>Auf der Basis dieser und anderer Fragen analysieren Sie die situativen und personenbezogenen Voraussetzungen effektiven Coachings als Teil Ihrer Führungsaufgabe. Anhand von Fallbeispielen aus der Teilnehmeralltag diskutieren Sie kritische Phasen im Coaching-Prozess und erarbeiten konzeptionelle Grundlagen für den strukturierten Ablauf von Coachinggesprächen.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Die Führungskraft als interner Coach: Selbstverständnis, Rollenklärung und Tabus • Der Coaching-Prozess: Phasen und Schritte • Strukturierter Ablauf von Coaching-Gesprächen • Wie lernen funktioniert • Auswahl hilfreicher Kommunikationstechniken im Coaching • Typische Interventionsformen und Verhaltenselemente der Führungskraft als Coach • Überwindung mentaler Blockaden • Veränderungsansätze: Persönliche Weiterentwicklung initiieren
Teilnehmer	Führungskräfte und Führungskräfte-Nachwuchs

Veränderungsmanagement: *Besser anders – anders besser*

Beschreibung	<p>“Ich kann freilich nicht sagen, ob es besser wird, wenn es anders wird. Aber soviel kann ich sagen: es muss anders werden, wenn es besser werden soll!”</p> <p>Georg Christoph Lichtenberg (1742-1799), deutscher Naturwissenschaftler</p> <p>Veränderungen stellen vor allem Führungskräfte, die mit Veränderungsvorhaben betraut sind, vor herausfordernde Situationen. Die Nachhaltigkeit von Veränderungen wird künftig mehr denn je davon abhängen, inwieweit es gelingt, Menschen für diese Veränderungen zu gewinnen und sie verantwortlich einzubeziehen. Führungskräfte können also nur erfolgreich sein, wenn sie ein Grundverständnis über Veränderungsprozesse haben.</p>
Zielsetzung	<p>Die Teilnehmer wissen nach dem Seminar, warum Veränderungs-Management erforderlich ist und welchen Nutzen es hat. Sie können die Auswirkungen ihres Verhaltens einschätzen und sind in der Lage, einzelne einfache Methoden des Veränderungs-Management zeitgerecht und situationsbezogen selbst anzuwenden.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Was heisst überhaupt Change-Management? • Warum glücken oder scheitern Veränderungsprojekte? • Wie kann ich Veränderungsprozesse einleiten, gestalten und steuern? • Wie kann ich Mitarbeiter motivieren, ihr volles Potenzial in Veränderungen einzubringen? • Welche Rolle habe ich als Führungskraft in Veränderungsprozessen? • Was kann ich selbst tun, um Veränderungsprozesse aktiv zu unterstützen? • Wie kann ich Mitarbeiter integrieren, ohne die Führung aus der Hand zu geben? • Welches Führungsverhalten ist in Veränderungsprozessen hilfreich, welches nicht? • Praxisbezogene Übungen zu aktuellen Veränderungen
Teilnehmer	<p>Führungskräfte und Führungskräfte-Nachwuchs</p>

Projektarbeit – Nichts ist überzeugender als das eigene Handeln!

Beschreibung	<p>Projektarbeit ist nicht nur die gebräuchlichste Methode, Veränderung voranzubringen – sie ist auch eine Überzeugungsstrategie im Change Management: Wie die sozialpsychologische Forschung überzeugend nachgewiesen hat, gibt es kaum eine wirksamere Methode, Menschen zu überzeugen, als ihnen eine aktive Rolle bei der Überzeugung anderer anzuvertrauen.</p> <p>Bei der Projektarbeit kommt hinzu, dass die Mitwirkung nicht darauf beschränkt ist, vorgegebene Inhalte zu reproduzieren, sondern dass Projektteam-Mitglieder aktiv an der Ausgestaltung der Lösungen und deren Umsetzung mitwirken.</p>
Zielsetzung	<p>Die Teilnehmer begreifen die Verbesserung von Strukturen und Verhalten als längerfristig angelegten Prozess. Sie begreifen Ideen als Veränderungen und gestalten dazu einen längerfristig angelegten Entwicklungsprozess. Bei der Umsetzung werden Methoden aus dem Veränderungs-Management, dem Prozess- und dem Projekt-Management eingesetzt.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Das Unternehmen als lebendige Organisation • Leben mit Veränderungen • Kundenwandel verstehen und leben • Veränderungen als längerfristigen Prozess gestalten <ul style="list-style-type: none"> ○ Was ist ein Prozess? ○ Wie sieht der Projekt-Prozess aus? <ul style="list-style-type: none"> " Projektstart/Projektname " Ziel des Projektes " Zeitliche Verlauf " Kriterien für das Ende des Projektes " Nutzen des Projektes " Projektrisiken " Projektteam " Projektabschluss • Rollenverständnis <ul style="list-style-type: none"> ○ Meine Rolle als Projektverantwortlicher im Veränderungsprozess • Projektinitiative <ul style="list-style-type: none"> ○ Wie kann ich Menschen für Veränderungs-Prozesse gewinnen? ○ Was kann ich selbst tun, um den Prozess aktiv zu unterstützen? ○ Was können andere tun, um den Prozess aktiv zu unterstützen? ○ Wie kann ich Projektbeteiligte motivieren, ihr volles Potential in den Veränderungsprozess einzubringen? • Welche Prozesse sind bereits erkennbar? • Wo sind die Ansätze zur Optimierung?
Teilnehmer	<p>Führungskräfte und Mitarbeiter mit Projektverantwortung</p>

Train the Trainer – Trainings und Seminare selbst erfolgreich leiten

Beschreibung	Erfolgreich Trainings durchzuführen ist eine Kunst, die erlernt und entwickelt werden kann. In diesem Seminar lernen Sie das grundlegende Rüst- und Handwerkszeug, um Trainings und Seminare effektiv und ansprechend durchzuführen.
Zielsetzung	Sie lernen: <ul style="list-style-type: none"> • wirkungsvoll Trainings vorzubereiten und durchzuführen • Visualisierung optimal einzusetzen • neue Trainingsmethoden kennen • eigenes Trainingsverhalten zu verbessern und besser mit Störungen umzugehen.
Inhalte	<p>Zielorientierte Seminarplanung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie plane und gestalte ich ein Seminar? • Was muss bei der Vorbereitung beachtet werden? • Welche sind die Schlüsselemente für ein erfolgreiches Seminar? <p>Lebendiger Methodeneinsatz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist beim Einsatz von Trainingsmethoden zu beachten? • Wie gestalte ich die Anfangs- und Schlussituation im Seminar? • Was mache ich beim 14.00 Uhr-Loch? • Wie gestalte ich die Didaktik im Seminar? • Wie vermittele ich den Stoff gehirngerecht? • Wie sichere ich den Lerntransfer? <p>Aktivierender Medieneinsatz</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie gehe ich kreativ mit den Medien (Flipchart, Pinwand, Beamer, Overhead) um? <p>Meine Wirkung als Trainer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie kann ich meine persönliche Rhetorik verbessern? • Wie erreiche ich eine hohe Verständlichkeit für die Teilnehmer? • Wie wirke ich auf andere? <p>Seminarsteuerung und schwierige Situationen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie steuere ich den Gruppenprozess? • Wie gehe ich mit Störungen und schwierigen Teilnehmern um? <p>Praktische Übungen, Gruppenarbeiten und Demos</p> <p>Methoden Trainerinput, Teilnehmerpräsentationen, Gruppenarbeit, Demonstrationen, Diskussion, Einzelarbeit, Übungen</p>
Teilnehmer	Führungskräfte und Führungskräfte-Nachwuchs

Benimm und Umgangsformen für Führungskräfte

Beschreibung	Die Themen „Gutes Benehmen“, „Gute Manieren“, „Guter Stil“ und „Tischetikette“ befinden sich nicht nur absolut im Trend der Zeit, sondern werden im geschäftlichen und wirtschaftlichen Wettbewerb und Miteinander immer bedeutender. Das Erscheinungsbild Ihrer Führungskräfte spiegelt Ihr Unternehmen wider wie nie zuvor. Kunden wie Geschäftspartner legen immer grösseren Wert auf perfekte Umgangsformen und ein solides, zielorientiertes und stilsicheres Auftreten. Aber auch im privaten Bereich wird der respektvolle Umgang miteinander wieder ganz gross geschrieben.
Zielsetzung	Dieses Seminar hilft Führungskräften, sich im Führungs- und Verkaufsalldag stilsicher zu bewegen, wenn es darum geht, sich dem Kunden wie dem Kollegen und Mitarbeiter gegenüber selbstbewusst, gestärkt und vertrauenswürdig zu präsentieren. So strahlen die Führungskräfte Selbstvertrauen aus, hinterlassen einen positiven Eindruck, vermeiden Fettnäpfchen und meistern auch Pannen locker.
Inhalte	<p>Manieren – Eine gesellschaftliche „Vereinbarung“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gute Umgangsformen als Erfolgsstrategie <p>Auftreten, Rhetorik und Ausstrahlung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grüssen, Begrüssen und Begleiten • Vorstellen und Selbstvorstellung • Das Duzen • Die korrekte Anrede • Grundregeln und Einsatz positiver Körpersprache • Stilsicheres Auftreten bei Stehempfang, Buffet und Menue • Persönlichkeit und Natürlichkeit als Basis guten Stils • Small Talk mit Stil • Ungerechtfertigte Anschuldigungen stilvoll meistern • Gespräche stilvoll unterbrechen • Beruflicher Alltag und seine „Fettnäpfchen“ • Business-Outfit – Sie Sprache der Kleider • Respektvoller Umgang mit andren Kulturen <p>Stilvoller Umgang mit Kommunikationsmitteln</p> <ul style="list-style-type: none"> • Telefon • Brief, E-Mail • SMS <p>Teilnehmer</p> <p>Führungskräfte und Führungskräfte-Nachwuchs 3-Gänge-Trainings-Menue am Abend</p>

Kundenorientierung



Kundenorientierung als Schlüssel zum Erfolg

Beschreibung	<p>Kundenorientierung ist der Schlüssel zum Unternehmenserfolg. Und die daraus resultierende Kundenzufriedenheit ist das Echo auf Qualität und Zuverlässigkeit. Jeden Tag gilt es aufs Neue, den Wünschen des Marktes und damit den Wünschen der Kunden entgegenzukommen. Kunden werden immer anspruchsvoller. Kein Unternehmen kann es sich leisten, diese Entwicklung zu ignorieren.</p> <p>Nicht kundenorientiert arbeiten bedeutet Chancen zu verspielen. Kundenorientiertes arbeiten schafft einen doppelten Effekt: einerseits erhalten Sie zufriedene Kunden, auf der anderen Seite sind die Mitarbeiter besser motiviert. Es muss nicht extra betont werden, wie viel angenehmer die Zusammenarbeit mit motivierten Mitarbeitern und begeisterten Kunden ist.</p>
Zielsetzung	<p>Die Seminarreihe Kundenorientierung I – III zielt nicht auf das blanke „Mehrverkaufen“ ab. Dreh- und Angelpunkt ist das erfassen des Kundenbedarfs und der Kundenbedürfnisse. Ungenügend oder gar nicht erkannte Kundenwünsche führen zu Unzufriedenheit und damit zu einer emotionalen und auch sachlichen Beschwerdelawine. Hier gilt es anzusetzen. Denn der beste Umgang mit Beschwerden ist, sie erst gar nicht entstehen zu lassen.</p>
Inhalte	<p>Basistraining</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche wahrnehmbaren Verhaltensweisen von Kunden gibt es? • Können wir Menschen überhaupt objektiv einschätzen? • Was zeichnet eine authentische Verkäuferpersönlichkeit aus? • Das Verkaufsgespräch als Prozess – Welche Signale sind in welcher Phase wahrnehmbar? • Welche Vorstellungen, Erwartungen und Wünsche motivieren den Kunden zum Kauf? • Wie funktioniert Kommunikation und welche Rolle spielt dabei die Wahrnehmung? • Grundlagen der Fragetechnik • Die Rolle des Senders und Empfängers einer Botschaft • Die Interpretation einer Nachricht und die Folgen • Verbale und nonverbale Kommunikation <p>Vertiefung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Fragen beschäftigen mich vor und nach dem Verkaufsprozess? • Welche Auswirkungen hat „der erste Eindruck“? • Wie motiviere ich mich selbst? • Wie gehe ich mit Stress um? • Unterbrechungen im Verkaufsprozess • Wie wirken sich meine eigene Prägung, Einstellungen und Werte auf die Wahrnehmung und die Kommunikation aus? • Erfolgreiche Kommunikation beginnt mit der richtigen Einstellung • Bewusste und unbewusste Kommunikation • Fragetechnik und ihre Wirkung • Wie Missverständnisse entstehen und wie ich damit umgehe • Wo sind meine Stärken und wo meine Schwächen?
Teilnehmer	<p>MitarbeiterInnen im Verkauf</p>

Umgang mit dem „digitalen Kunden“ - Effizienz im Verkauf

Beschreibung	Das Kundenverhalten wandelt sich. Die Kunden wählen zunehmend direkte Vertriebswege und den Online-Handel. Multichannel pur. Umso wichtiger ist es, neben der Bedarfs- und Bedürfnisklärung auch den Kundenstatus zu erfahren, um ihn so im Unternehmen „im richtigen Kanal“ zu behalten.
Zielsetzung	Effizienzsteigerung auf der Fläche durch <ul style="list-style-type: none">■ gezielte Verwertung von Kunden – Informationen.■ Erkennen des Kundenstatus■ Kennen und Anwenden der internen Prozesse und Verkaufsmöglichkeiten (Multichannel-Philosophie)
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">■ Welches Verhalten zeigt der „Digitale Kunde?“■ Welche Fehler verzeiht der „Digitale Kunde“ nicht?■ Was verändert sich im Verkaufsprozess?■ Was bedeutet die Multichannel-Strategie das für das „neue Verkäuferverhalten?“
Teilnehmer	Mitarbeiter Verkauf

Die Beschwerde: Von der Problemorientierung zur Lösungsorientierung

Beschreibung	<p>Kundenzufriedenheit ist die Basis aller Unternehmenserfolge. Daher sollte die Zufriedenheit der Kunden nie gefährdet werden. Allerdings wird es Fehler und Anlässe für Reklamationen natürlicherweise immer wieder mal geben. Dies lässt sich nicht vermeiden. Aber Sie können vermeiden, dass Sie die reklamierenden Kunden verlieren.</p> <p>In diesem Workshop entwickeln und verfeinern die Teilnehmer ein fundiertes Handwerkszeug, welches ihnen hilft, Beschwerden souverän zu managen und Reklamationen in ein Instrument der Kundenbindung zu verwandeln</p>
Zielsetzung	<p>Im umfangreichen Aufgabenfeld der Führungskräfte und Mitarbeiter im Handel gehören anspruchsvolle Kundenforderungen, dominantes Verhalten oder "unberechtigte" Reklamationen“ zum Alltag.</p> <p>Die Teilnehmer trainieren, mit unzufriedenen Kunden letztlich eine Win-Win-Situation herzustellen indem sie:</p> <ul style="list-style-type: none">• mit starken Kunden-Emotionen sicher umgehen• kundenorientierte Verhaltensflexibilität entwickeln• sicherer mit hohen Erwartungen, auch bei schwierigen Kunden, umgehen• Reklamationen und Beschwerden einfühlsam und angemessen behandeln
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Was sind die positiven Aspekte einer Beschwerde?• Wie erkenne ich die Erwartungsstruktur meiner Kunden?• Wie kann ich positive Botschaften gut verkaufen?• Wie vermittle ich „Hiobsbotschaften“?• Wie gehe ich mit Widerstand und Ablehnung um?• Wie reagiere ich bei Ärger und Enttäuschung des Kunden?• Was mache ich mit meinen eigenen Aggressionen und Ängsten?• Wie gewinne ich verlorenes Vertrauen zurück?• Wie kann ich Selbstblockaden abbauen und meine individuellen Stärken nutzen?• Training praxisbezogener Gespräche
Teilnehmer	Mitarbeiter mit Reklamationsverantwortung

Kundenorientiert telefonieren

Beschreibung	Kundenorientierung am Telefon beginnt mit dem ersten Satz am Telefon. Ihre telefonischen Mitarbeiter/Innen sind die Visitenkarte Ihres Unternehmens. Sie entscheiden mit ihrer Freundlichkeit, ihrer rednerischen Gewandtheit, ihrem Einfühlungsvermögen und ihrer Kompetenz mit über Image und Erfolg des Unternehmens!
Zielsetzung	Ziel des Telefontrainings ist es, die Kompetenz Ihrer Mitarbeiter am Telefon zu steigern. Ihre Kunden erhalten im Telefongespräch einen positiven Eindruck von Ihrem Unternehmen. Ihre MitarbeiterInnen erarbeiten, wie sie sich richtig melden und wie sie sich auf unterschiedliche Kunden einstellen und mit diesen optimal umgehen. Eine positive Sprache und Ausstrahlung hilft ihnen, auch Negatives positiv zu vermitteln.
Inhalte	<ul style="list-style-type: none">• Die besonderen Anforderungen der Telefon-Kommunikation• Freundlichkeit: denn "Lächeln hört man!"• Aktives Zuhören und kundenorientiert argumentieren• Aufmerksamkeit signalisieren und gegenseitiges Verständnis sichern• Grundregeln zu Wortwahl und Ausdruck• Kundenorientierte Sprache und Rhetorik am Telefon• Sensibilität und Empathie: Wie führe ich einen Dialog aus Kundensicht?• Gesprächssteuerung durch Fragetechnik: Wer fragt, führt!
Teilnehmer	Mitarbeiterinnen in der Telefon Hotline und Büro

Umgang mit Stress am Telefon

Beschreibung	Negative Erfahrungen am Telefon drücken die Stimmung – auch, wenn es sich bei den Zwischenfällen um sogenannte „Kleinigkeiten“ handelt. Die Unfreundlichkeit von AnruferInnen wird in den meisten Fällen als direkter Angriff empfunden und sehr oft, bewusst und unbewusst, an nachfolgende GesprächspartnerInnen weitergegeben. Ein Abrutschen auf eine persönlich emotionale Ebene zu verhindern, kann mitunter sehr schwierig sein. Daher sind gerade beim Umgang mit aufgebrachtten GesprächspartnerInnen theoretisches Fachwissen und insbesondere praktische Erfahrung entscheidend.
Zielsetzung	Ihre Mitarbeiter erkennen und erfahren, wie sie ein für beide GesprächspartnerInnen zufrieden stellendes Gesprächsergebnis erzielen (Win-Win-Situation) und wie sie in Stresssituationen, bei Beschwerden und Reklamationen stets einen ruhigen Kopf bewahren ohne das Ziel aus den Augen zu verlieren.
Inhalte	<p>Schwierige Anrufer „annehmen“</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Perspektive wechseln • Den Standpunkt des Andren verstehen • Positive Akzeptanz fühlen lassen <p>Deeskalationstechniken nutzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mit Worten versachlichen und entemotionalisieren • Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft hören lassen • Mit Kritik konstruktiv umgehen • Killerphrasen und Killerfragen lösungsorientiert bewältigen <p>Stress am Telefon souverän bewältigen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stress auslösende Faktoren kennen • „Stressübertragung“ vermeiden • Das eigene Stressverhalten analysieren • Gegenseitiges „Aufschaukeln“ erkennen und vermeiden
Teilnehmer	Mitarbeiterinnen in der Telefon Hotline und Büro

Kommunikation



Menschenwerte im Verkauf – Kundenwandel ist Wertewandel

Beschreibung	<p>Behalten die Zukunftsforscher Recht, so werden sich die Märkte neu entlang der „Fluchtachsen“ Erlebnis/convenience/neuer Luxus/Desing (Horx) strukturieren. Obwohl die Produktvarianten um 420 % gestiegen sind, haben viele Käufer vor dem Hintergrund der Scheininnovationen aufgehört, Neues zu erwarten.</p> <p>Es ist an der Zeit, sich von der künstlichen Sprache des Marketing zu verabschieden und sich wieder dem Wesentlichen der Welt zuzuwenden: dem Menschen mit seinen Bedürfnissen, seinen Aversionen.</p> <p>Mehr und mehr werden Mitarbeiter immer mehr persönliche Werte und weiche Faktoren in die Waagschale der Entscheidung legen müssen um zu punkten und Kundenbeziehungen aufzubauen und zu halten.</p>
Zielsetzung	<p>Dieses „Wert-Volle“ Seminar konfrontiert Ihre Mitarbeiter mit der Frage Warum überhaupt Werte?</p> <p>Werte sind Ziele, Ziele sind Motivation und damit der Grundantrieb zur positiven Fortentwicklung.</p> <p>Werte zu schaffen, egal ob materiell oder ideell, sich und andere Werte-voll zu entwickeln ist seit Urzeiten ein (der) Sinn des Lebens. Ein Werte-voller Umgang miteinander sorgt für eine angenehme und positive Kommunikation, in der Wachstum entsteht.</p> <p>Werte zu erkennen und zu schätzen heisst (selbst-) bewusst zu leben. Werte zu leben bedeutet Sinn-voll wachsen zu wollen. Werte zu vermitteln heisst Sinn zu geben.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Was sind Werte? • Wie stellt sich die aktuelle Situation im Unternehmen dar? • Woran erkennt der Kunde den Werte-vollen Mitarbeiter? • Wie schaffe ich Werte-volle Kundenbeziehungen? • Welche Werte kann der Mitarbeiter wie kommunizieren und leben? • Das Unternehmen als „Lieferant für Lebensqualität“ • Golden Oldies und Best Ager <ul style="list-style-type: none"> ○ Welche Werte prägen diese Zielgruppen ○ Wie verhalten sich diese Zielgruppen • Söldnerkunden – die kritische Zielgruppe? • Praktische Übungen mit Praxisbeispielen
Teilnehmer	<p>Erfahrene Fachberater und Führungskräfte, welche zum fachlichen Know-how den Menschenwert in den Vordergrund stellen.</p>

Erfolgreich argumentieren und verhandeln

Beschreibung	Verhandlungen sind ein fester Bestandteil unseres Lebens. Tagtäglich wird verhandelt: mit Kollegen über die Aufgabenteilung, mit Zulieferern um Konditionen, mit Kunden über Rabatte, mit dem Partner ums nächste Urlaubsziel... Alle Beispiele haben eines gemeinsam: Zwei Parteien (oder mehrere) wollen ihr Interessen durchsetzen und suchen gemeinsam nach einer für beide Seiten akzeptablen Lösung. Gute Verhandler sind keine Virtuosen mit einem phantastischen Talent, sondern gute Verhandler sind einfach besser vorbereitet als andere, mit solidem lernbaren Wissen und Können.
Zielsetzung	<p>Ziel des Workshop ist es, auf der Basis der profunden Sachkenntnis der Mitarbeiter die drei Säulen der Verhandlungstechnik</p> <p>a) die richtige Grundeinstellung b) folgerichtiges Denken und c) psychologisches Verständnis des Gegenüber</p> <p>mit zielgruppenorientierten Inhalten zu füllen. Die Verhandlungstechnik betrifft den Umgang mit den externen Verhandlungspartnern sowie den internen Verhandlungspartnern der relevanten Abteilungen.</p>
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Was sind die Voraussetzungen für erfolgreiches Verhandeln im Bereich <ul style="list-style-type: none"> ○ Rahmenbedingungen ○ Fachkenntnis ○ Persönlichkeit • Wie bereite ich mich bewusst auf eine Verhandlung vor? • Wie schaffe ich günstige Verhandlungsbedingungen? <ul style="list-style-type: none"> ○ Balance zwischen Zielstrebigkeit und Durchsetzungsstärke, ○ Konsequenz und Partnerschaft, ○ Fairness und Verbindlichkeit • Wie steuere ich professionell einen Kompromiss an? • Wie gehe ich mit unfairen Argumentationen und Killerphrasen um? • Was trägt mein Verhandlungsgeschick zur Beziehungspflege bei? • Training praxisbezogener Gespräche
Teilnehmer	Mitarbeiter in Verhandler-Positionen

Generation 50 Plus – Die Traumzielgruppe

Beschreibung	Noch nie zuvor in der Geschichte der Menschheit waren die „Alten“ eine zahlenmässig so starke Gruppe wie heute, und ihr Einfluss wird, wie es die demographische Entwicklung zeigt, noch zunehmen. Der Generation 50plus gehört die Zukunft! Sie ist nicht nur die grösste, sondern auch die wichtigste Konsumentengruppe des 21. Jahrhunderts - und verfügt über immense Kaufkraft und vielfältige Bedürfnisse.
Zielsetzung	Die TN erfassen die Zielgruppe Generation 50 Plus in ihrer Gesamtheit und leiten für ihren beruflichen Alltag professionelle Umgangs- und Serviceformen ab.
Inhalte	<p>Im Workshop beantworten die Teilnehmer folgende Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Wer ist die Generation 50 Plus?• Mit welchen Einschränkungen und Schwächen hat diese Generation zu kämpfen?• Welche Werte verkörpert diese Generation?• Warum ist diese Generation für den Handel so lukrativ?• Welche Kaufkriterien stehen für die Generation 50 Plus im Vordergrund?• Was erwartet die Generation 50 Plus vom Handel?• Wie sieht eine professionelle Zielgruppenansprache durch den Fachberater aus?
Teilnehmer	Führungskräfte und Mitarbeiter

Erfolgreiche Korrespondenz – zeitgemässer Briefstil

Beschreibung	Alle Schriftstücke sind Visitenkarten Ihres Unternehmens. Der erste Eindruck steht und fällt mit der gelungenen Korrespondenz zwischen Ihnen und Ihren Kunden. Mit freundlichen und sachlichen Formulierungen gelingt es Ihnen auf einfache Art einen positiven Eindruck beim Empfänger zu hinterlassen und eine persönliche Beziehung herzustellen. Die moderne Sekretärin leistet durch eine perfekte Erledigung der Korrespondenz zudem Ihren Beitrag zur Chefentlastung.
Zielsetzung	Sie lernen, Ihre Schriftstücke kundenorientiert, sachlich und freundlich zu formulieren. Dazu zeigen wir Ihnen, wie Sie Ihren Briefstil analysieren und perfektionieren und wie psychologische Pannen vermieden werden können. Wertvolle Tipps zu ökonomischen und positiven Formulierungen, der Verzicht auf Floskeln und Anregungen zu Briefanfängen runden den Bereich der inhaltlichen Gestaltung ab. Zusätzlich erhalten Sie Einblick in die formellen Schreib- und Gestaltungsregeln nach DIN 5008. Mit Musterbriefen, Beispielen und Übungen können Sie gerade Erlerntes sofort in die Praxis umsetzen.
Inhalte	<p>Inhaltliche Gestaltung</p> <ul style="list-style-type: none"> -Moderner Briefstil – gehirngerecht schreiben -Satzbildung -Wortwahl -Satzzeichen als Stilmittel -Verzicht auf Floskeln -Ökonomische und positive Formulierungen -Negative Mitteilungen formulieren -Begründungen liefern -Argumentationstechniken -Anreden, Titel, Höflichkeit -Briefanfänge - Interesse wecken -Briefschluss -Musterbriefe, Beispiele, Übungen <p>Briefgestaltung nach DIN 5008</p> <ul style="list-style-type: none"> -Was ist DIN 5008? -Wichtige Regelungen -Musterbriefe, Beispiele, Übungen <p>Im Rahmen diese Workshops besteht die Möglichkeit, eigene mitgebrachte Briefe zu redigieren.</p>
Teilnehmer	Mitarbeiter aus dem Büro und alle, die ihren Briefstil verfeinern möchten

Wer ist Siggie Baierlein?

Name Sigrig Baierlein

Geburtstag 7. Oktober 1956

Adresse Irchelstrasse 16 A
CH – 8427 Freienstein

Telefon + 41 43 26 666 26
Mobil CH + 41 78 896 97 06
Mobil D + 49 176 64 63 90 46

Email info@training-und-seminare.ch
Internet www.training-und-seminare.ch



Ausbildung

- Abschluss Master of Business-Administration (Steinbeis-Universität Berlin, Social and Education Management)
- Abschluss Bachelor of Business-Administration (Steinbeis-Universität Berlin, Social and Education Management)
- Abschluss Betriebs- und Führungspädagogik (Universität Landau/Koblenz)
- Trainerin (TAM)/HDI-Lizenz, Insights-Akkreditierung
- Dipl.-Direktmarketing-Fachwirtin
- Handwerksmeisterin

Berufspraxis

- Selbstständige Trainerin u. Geschäftsführerin der BHP seit 1990
- Betreuung von Firmen im Handel, Dienstleistung, Industrie, KMU in D, A, CH
- Dozentin an der HWK Nürnberg
- Aufbau und Führung einer BWL-Erfagruppe auf bundesweiter Ebene
- Aufbau als Inhaberin und Management von 3 eigenen Betrieben (30 Mitarbeiter)

Schwerpunkte

- Personal- und Organisationsentwicklung
 - Konzeptentwicklung und -Umsetzung
 - Projekt- und Prozess-Organisation, Team- und Einzelcoaching, Knigge-Training
-

Projekte

Spezielle Detailhandel-Seminare: (seit 12 Jahren)

- Führungskräfte-Training und Einzelcoaching
- Kundenorientierung und Kommunikation für Verkauf, Kasse, Info, Lager, Service, Auslieferer
- Training on the job für Verkauf, Kasse, Info, Lager, Service, Auslieferer
- Telefontraining und Leitfadententwicklung für Call-Center-MitarbeiterInnen
- Reklamations,-Veränderungs-und Projektmanagement-Workshops für Bereichsleiter
- Knigge-Training für Verkauf und Führung
- Kurzworkshops zu spezifischen Problemstellungen mit anschliessendem Training on the job

Handel und Dienstleistung (seit 21 Jahren)

- Führungskräftetraining, Kundenorientierung und Einzelcoachings für Mitarbeiter der Media-Saturn-Gruppe in D und A
- Profilgestütztes Führungscocching für Fachmarktleiter Globus Office World AG Schweiz (Deutsch und Französisch)
- Kundenorientierung und Top-Service für Mitarbeiter und Führungskräfte Globus Office World AG Schweiz
- Profilgestütztes Einzelcoaching und Training on the job für Vertriebsleiter und Aussendienstmitarbeiter BR Bauhandel CH
- Ausbildung der Broker Owner und Makler für RE/MAX Immobilien Schweiz

Sonstige Projekte

- Teamorientierte Führung und kommunikative Kompetenz für Deutsche Bahn AG
- Umstrukturierung des servicetechnischen Aussendienstes von IBM Schweiz
- Fördertraining für den Management-Nachwuchs für Nestlé
- Coachingprojekte für Heimleiter verschiedener Altersinstitutionen CH und D

Motto

„Wessen wir am meisten im Leben bedürfen, ist jemand, der uns dazu bringt, das zu tun, wozu wir fähig sind.“ (R. W. Emerson)