

Der erste Kontakt entscheidet viel

Die Rolle der Führungskraft in der digitalen Transformation

Feedback-Kultur

Mit vereinten Kräften gemeinsam zu einem langfristigen Arbeitsplatz

Der Webcoach als Unterstützer der Servicekraft

Haben Sie das Zeug zur Führungskraft?

Jede Anfrage ein Geschenk?



Editorial

Alles wird agil! Wirklich alles? Letzte Woche war ich auf einem Kongress zum Thema Agilität in Unternehmen. Ich habe viele neue Begriffe kennen gelernt und viele Menschen getroffen, die mit fast schon missionarischem Eifer Agilität, New Work und Digital Leadership vertreten haben. Manche Aspekte fand ich spannend und Ansätze, wie diese Themen in die unternehmerische Praxis umgesetzt werden, sehr realistisch. Andere Ideen kamen mir wiederum sehr utopisch vor. Da wurde darüber referiert, dass in zwei bis drei Jahren die Produktion völlig ohne MitarbeiterInnen auskäme, dass einfache Jobs, wie Paketboten oder Maurer entfielen, da Drohnen unsere Pakete zustellen würden und Gebäude vollständig aus dem 3-D-Drucker kämen. Technisch sind diese Vorhaben heute schon realisierbar. So gibt es z.B. in Nantes erste Häuser, die per 3-D-Druck erstellt werden, und auch autonom ihr Ziel ansteuernde Drohnen, die Pakete zustellen. Als Ökonom frage ich mich dann, was passiert mit all den Menschen, die dann keinen Job mehr haben und deren Fähigkeiten nicht zum Softwareentwickler taugen. Die Antwort der Digitalpropheten: Das bedingungslose Grundeinkommen. Unbeantwortet bleiben dann Fragen, wer dies finanziert bzw. welche Folgen dies für die Ökonomie sonst habe (Preisniveauentwicklung, Investition und Konsum, etc.).

In der Gedankenwelt mancher Agilitätsbefürworter, braucht es auch keine Ziele mehr. Alles wird agil und ist Ergebnis eines fortwährenden Austausches zwischen Kunde und Lieferant. Dieser erfolgt dann auch noch auf Augenhöhe und Begriffe, wie Vorgaben, Anforderungen oder Lastenhefte gehören sowieso der Vergangenheit an. Leise Zweifel an einer solchen Welt, wurden ganz schnell mit „altem Denken“ abgetan und hinzugefügt, dass das Mindset bei solchen Einwänden eben noch nicht reif sei für eine erfolgreiche schöne neue Agilitätswelt. An der einen oder anderen Stelle hatte ich fast schon den Eindruck, dass ich einer Sektenveranstaltung beiwohnte. Spätestens als auch noch gefordert wurde, alle Hierarchien abzuschaffen und alle MitarbeiterInnen zu autonom agierenden UnternehmerInnen in einem Unternehmen zu machen, lag meine Stirn in Sorgenfalten. Basteln da nicht einige Agilitätsavantgardisten an einer Utopie? Sicher benötigen wir einen Diskurs, wie wir im 21. Jahrhundert leben, wirtschaften und führen wollen. Doch bitte ohne Dogmatismus, ohne neue Denkverbote, ohne Wertungen á la neu gleich richtig und alt gleich falsch. Ich wünsche mir einen offenen Dialog für die reale Welt!

Viel Vergnügen beim Lesen unserer neuen Ausgabe von Menschen und Management!

Ihr




Offene Trainings

Führen in der Produktion – Vorbild sein (2 Tage)

Inhalte:

- Führen von gewerblichen Mitarbeitern- was ist anders
- Spielregeln erstellen
- Anerkennung und Kritik
- Konflikte meistern
- Mitarbeiter fördern und entwickeln
- Motivieren ohne Prämie
- Teamgeist fördern

Termine und Ort:

Karlsruhe: 08. und 09. Oktober 2019

Preis: 690€ zzgl. MwSt.

Anmeldung: hetzer@kybos-training.com

Steve Jobs meets Platon – Rhetorik und Präsentation – Informieren, Überzeugen, Begeistern (2 Tage)

Inhalte:

- Authentizität und individueller Stil als Redner
- Selbstbewusstes Auftreten vor Gruppen – Lampenfieber gehört dazu
- Erfolgreicher Einsatz der Stimme und Körpersprache
- Zielsetzung, Planung, Vorbereitung
- Aufbau der Präsentation: Wirkungsvoller Einstieg und der bleibende letzte Eindruck
- Optimale Anpassung der Rede an die Zielgruppe
- Überzeugende Argumentation
- Sinnvoller Medieneinsatz
- Souveräner Umgang mit schwierigen Situationen und provozierenden Fragen

Termine und Ort:

Baden-Baden: 28. und 29. November 2019

Preis: 690€ zzgl. MwSt.

Anmeldung: hetzer@kybos-training.com

Impressum

Herausgeber: Kybos- Training und Coaching

Inhaber Daniel Hetzer

Kolpingstraße 6 - 76456 Kuppenheim

Tel: +49-176-9115607

Email:hetzer@kybos-training.com

++++ KURZMELDUNGEN +++++

Studie: Die meisten Change-Projekte scheitern!

Über drei Viertel der Veränderungsinitiativen in deutschen Unternehmen sind nicht erfolgreich. Das ist das Kernergebnis einer Studie des Beratungsunternehmens Mutaree unter 368 Führungskräften und Mitarbeitern. Die Ursache dafür erkennen fast zwei Drittel der Befragten in fehlendem Change-Know-how.

Zudem mangelt es in einem Großteil der Unternehmen an geeigneten Prozessen und Strukturen – oder kurz: einem System, nach dem Veränderungen ablaufen sollen. Mehr als die Hälfte der Beschäftigten sehen hier die Führungskräfte in der Pflicht. Ebenso 52 Prozent der Befragten sind davon überzeugt, dass zu viele Change-Projekte parallel laufen und sich gegenseitig behindern. Doch Koordination erfordert Kommunikation und genau an dieser hapert es oftmals. Maßnahmen, die Mitarbeiter im Hinblick auf das Changemanagement für sinnvoll halten sind: Kommunikation, Ziele definieren, Change-Team einführen, Organisationsstruktur ändern, Hierarchien abbauen.



Mareike Totzek:
Ihre wertschätzende,
konfrontative Sparringspartnerin

Mareike Totzek ist Expertin für Führungskräfte- und Teamentwicklung. Ihre Praxisnähe bringt sie aus ihrer 27-jährigen Tätigkeit in einem internationalen Großkonzern mit. Sie war dort in unterschiedlichen Managementfunktionen eingesetzt, zuletzt als Leitung eines internationalen, standortverteilten Projektmanagement Teams. Als selbständige Trainerin, Beraterin und Coach ist sie seit 2013 in unterschiedlichen Branchen im Profit und Non-Profit Bereich tätig.

Ihre Beratungsschwerpunkte sind die Führungskräfte- und Teamentwicklung, Coaching sowie Change Management.

Mehr zu Mareike Totzek:

<http://www.kybos-training.de/Ueber-uns/Team/Mareike-Totzek/>

Effizienzfalle Meeting

67%

der Befragten beklagen fehlenden Fokus und ausufernde Wortbeiträge.

Inspiration und wertvolle Tipps

Unser Blog Kybos-Erfolgsideen liefert nicht nur Führungskräften Inspiration und wertvolle Tipps, um die täglichen

Herausforderungen des Arbeitslebens zu meistern. Erfolg braucht Knowhow. Abonnieren Sie unseren Blog: <https://kybos-erfolgsideen.blog/>



Der erste Kontakt entscheidet viel!

von Christian Vitocco

Erinnern Sie sich noch an Ihren ersten Schultag? Selbst, wenn dieser Tag schon etwas länger her ist, haben Sie vielleicht noch Erinnerungen daran, wie aufgeregt Sie waren und gleichzeitig aber auch neugierig auf das, was kommt. Vieles haben Sie an diesem Tag zum ersten Mal kennengelernt: die Lehrer, die Mitschüler, die Schule, einfach alles war neu für Sie. Trotzdem haben Sie die Situation gemeistert und dem ersten Schultag sind noch viele weitere gefolgt.

Jetzt fragen Sie sich sicher, was hat das mit Vertrieb zu tun? Nun, das Thema heute ist der Erstkontakt zu einem neuen Ansprechpartner bei einem bekannten Kunden oder ein „Kaltbesuch“ ohne Termin. Hier sind die Parallelen zu Ihrem ersten Schultag zu finden, denn innerlich sind Sie vielleicht aufgeregt aber trotzdem neugierig auf den neuen Kontakt und das Gespräch. Damit Sie gut vorbereitet in Ihr Gespräch gehen habe ich heute einige hilfreiche Tipps und Vorgehensweisen, die Sie unterstützen werden, einen guten Eindruck zu hinterlassen und damit eine vernünftige Basis für eine Zusammenarbeit zu schaffen.



Die Vorbereitung

Achten Sie bei Ihrem Termin auf ein gepflegtes Erscheinungsbild. Menschen beurteilen andere Personen innerhalb des Bruchteils von Sekunden. Der erste Eindruck, den Ihr Ansprechpartner gewinnt, sollte also nicht durch ein

zerknittertes Oberteil, schmutzige Schuhe, dreckige Fingernägel oder eine Sturmfrisur getrübt werden.

Ihre Unterlagen sind vollständig in einer Mappe vorhanden, am besten so sortiert, dass Sie mit einem Griff notwendige Dokumente finden. iPads und Laptops sollten geschäftsmäßig aussehen und ebenfalls sauber sein, das heißt keine unangebrachten Aufkleber oder Fingerabdrücke auf dem Display.

Lächeln – die kürzeste Verbindung zwischen zwei Menschen

Eine positive Ausstrahlung ist durch nichts zu ersetzen. Bereiten Sie sich mental auf Ihren Termin vor. Positive Gedanken, zum Beispiel an den letzten Urlaub oder einen gemütlichen Abend zu Hause sind sehr wirkungsvoll.

Nehmen Sie sich ausreichend Zeit, um nicht abgehetzt beim Kunden anzukommen. Sie benötigen einige Minuten auf einem Parkplatz oder in der Nähe des Firmengebäudes, um sich in eine positive Stimmung zu versetzen. Mit dieser positiven Stimmung gelingt Ihnen „echtes“ Lächeln, das von innen kommt und Ausdruck eines guten Gefühls ist. Ihre Gesprächspartner werden das bemerken.

Sollten Sie trotz guter Gedanken absolut nicht in positive Stimmung kommen – es gibt einfach solche Tage – hilft es, fünf Minuten lang die Gesichtsmuskeln zu einem Lächeln „anzustrengen“. Es gibt Studien, die zeigen, dass auch damit zumindest kurzfristig eine Verbesserung der Stimmung zu erreichen ist.

Lächeln Sie, sobald Sie an der Zentrale oder bei einer Assistenz ankommen, um sich zu Ihrem Termin anzumelden. Selbst wenn Ihr erster Ansprechpartner im Unternehmen vielleicht schlecht gelaunt ist, lassen Sie sich davon nicht anstecken. Telefonieren Sie möglichst in der Wartezeit nicht lautstark irgendwo auf dem Flur sondern bereiten Sie sich gedanklich auf das nachfolgende Gespräch vor.



Der Name – nicht nur Schall und Rauch

Sie haben es nun geschafft und sind bei Ihrem Ansprechpartner, den Sie mit einem Lächeln begrüßen. Den Namen haben Sie selbstverständlich parat oder Sie fragen danach, sollte er nicht von selbst genannt werden (ja, es gibt immer noch unhöfliche Menschen...) Wenn Ihnen der Ansprechpartner schon bekannt ist recherchieren Sie vorab nach weiteren Infos. Welche Position hat die Person genau, wie ist ihr Werdegang? Hierfür bieten sich die geschäftlichen, sozialen Netzwerke an wie zum Beispiel XING oder LinkedIn. Vielleicht ergibt sich bei Ihrer Recherche schon ein Anknüpfungspunkt für ein Gespräch. Sofern Sie die Person noch nicht kennen und den Namen nicht direkt bei der Vorstellung verstanden haben, fragen Sie nach! Nichts ist peinlicher, als später im Gespräch nachhaken zu müssen, weil Sie den Namen nicht wissen oder falsch verstanden haben.

Selbstverständlich stellen auch Sie sich mit komplettem Namen, Ihrer Firma und Ihrer Position vor. Halten Sie dabei Blickkontakt und – lächeln nicht vergessen. Ein fester Händedruck gehört auch heute noch dazu.

Ihr Revier auf Zeit

Wenn Sie einen Termin haben, dann wird Ihr Ansprechpartner Ihnen voraussichtlich einen Sitzplatz im Büro oder im Besprechungsraum anbieten. Achten Sie hierbei auf die sogenannten Persönlichkeitsbereiche. Viele Menschen fühlen sich unwohl, wenn man Ihnen zu dicht „auf die Pelle“ rückt. Optimal ist etwa eine Stuhlbreite Abstand. Achten Sie auf die persönlichen Gegenstände Ihres Gegenübers. Fassen Sie nicht ungefragt Unterlagen oder elektronische Geräte an, um sich selbst Platz zu verschaffen. Das wirkt wie ein Übergriff, insbesondere, wenn man die Person noch nicht gut kennt. Ihre Unterlagen

sollten Sie für Notizen parat haben, notfalls bitten Sie darum, dass etwas Platz für Ihre Unterlagen geschaffen wird, damit Sie nicht Block oder Tablet ungraziös auf dem Knie balancieren müssen.

Bei einem Kaltbesuch ist es wahrscheinlich, dass Sie Ihr Gespräch zwischen Tür und Angel führen werden, da der Gesprächspartner vermutlich nicht viel Zeit für Sie hat. Werden Sie trotzdem nicht hektisch, sondern berücksichtigen Sie auch hier die nachfolgenden Tipps zur Vorstellung und zum Gesprächsaufbau. Die besondere Herausforderung, die Ihnen in einer solchen Situation begegnet ist, dass Sie unter Umständen nur schlecht mitschreiben können. Gutes Zuhören und Notizen direkt nach dem Gespräch sind dann besonders wichtig.

Und jetzt – ans Eingemachte

Sie sitzen im Besprechungsraum. Wie geht es jetzt weiter? Wer eröffnet das Gespräch? Überfahren Sie Ihren Gesprächspartner nicht. Ein wohltdosiertes Schweigen kombiniert mit einem Lächeln ist eine gute Maßnahme, um den Gesprächspartner das Gespräch eröffnen zu lassen. Smalltalk ist auch heute noch wichtig, um ein Gefühl für den Gesprächspartner zu bekommen. Notieren Sie sich wichtige Punkte, auch privater Natur. Diese sind häufig im späteren Verlauf der Zusammenarbeit wichtige Türöffner oder der Einstieg in ein Follow-Up Gespräch.



Mit einem gekonnten Auftritt zum Verkaufserfolg!



Irgendwann gewinnen Sie den Eindruck, dass die Gesprächsatmosphäre angenehm ist und genug Smalltalk erfolgt ist und Sie möchten loslegen mit dem Geschäftlichen. Knifflig ist es, dass viele Menschen unterschiedliche Auffassungen davon haben, wieviel Smalltalk erforderlich ist. Viele Menschen reden gerne, hier ist Ihr Fingerspitzengefühl gefragt. Mit dem Satz „Ich möchte Ihre Zeit nicht überstrapazieren und geben Ihnen jetzt einen Überblick über XYZ“, können Sie sanft die nächste Gesprächsstufe einleiten.

Stellen Sie kurz Ihr Unternehmen und Ihre Position vor, sofern noch nicht geschehen. Hierbei ist es wichtig, auf die wesentlichen Vorteile und Stärken Ihres Unternehmens einzugehen, immer mit dem Kundennutzen im Blick. Kunden kaufen nicht aufgrund von reinen Eigenschaften Ihrer Dienstleistungen oder Ihres Produkts. Sie müssen unbedingt den Kundennutzen herausarbeiten. Das muss nicht unbedingt direkt im ersten Gespräch erfolgen, da Sie dafür weitere Informationen vom Kunden benötigen.

Hören Sie aktiv und aufmerksam zu und stellen Sie offene Fragen. Mehr zu diesen beiden Themen erfahren Sie in

meinem nächsten Beitrag.

Wie geht es weiter?

Sie hatten also ein angenehmes Kundengespräch und dabei wichtige Details erfahren, verabschieden sich professionell mit einem Händedruck und freuen sich über Ihren guten Termin. Aber halt – da fehlt noch etwas sehr Wichtiges. Stimmen Sie sich unbedingt mit Ihrem Gegenüber darüber ab, wie das weitere Vorgehen aussehen soll. Vereinbaren Sie einen Nachfolgetermin, ein Telefonat oder die Übersendung weiterer Informationen sowie ein Follow-Up Gespräch. Sie sind nicht der einzige Anbieter und vielleicht hat Ihr Gesprächspartner nach ein paar Tagen schon wieder vergessen, was genau besprochen wurde. Mit einer Dankeschön-Mail, in der Sie die vereinbarten Nachfolgeaktionen auflisten, bleiben Sie in den Köpfen Ihrer Ansprechpartner und haben eine gute Basis für einen Nachfolgetermin.



Also, keine Angst vor dem ersten Kontakt mit einem neuen Einkäufer oder Mitarbeiter – fokussieren sich auf das gewünschte Ergebnis. Bleiben Sie neugierig auf Ihr Gegenüber, genauso wie am ersten Schultag, und schaffen Sie Vertrauen, denn das ist der Anfang jeder guten Geschäftsbeziehung.



Christian Vitocco

Christian Vitocco ist Experte für Vertriebstrainings und Demografie-Beratung KMU. Er hat mehr als 17 Jahren Erfahrungen als Vertriebstainer und Berater bei TOP 100 DACH-Unternehmen und war viele Jahre als Key Account Manager und Vertriebsexperte bei namhaften Markenartikelherstellern tätig. Seit 2016 ist er zertifizierter Demografie-Lotse und berät KMU.

Meine Beratungsschwerpunkte

- Vertriebs- und Kommunikationstrainings für Industrie & Handel im B2B / B2C
- Training-on-the-Job für Fach- und Führungskräfte im Vertrieb & Service B2B / B2C
- Implementierung von Trainings- & Handelsakademien zur langfristigen Kundenbindung B2B

Jede Anfrage ein Geschenk?

von Daniel Hetzer

Eine Trainingsteilnehmerin formulierte diese Woche den Satz: „Für mich ist jede Anfrage eines Kunden ein Geschenk. Entsprechend freue ich mich darüber und gehe damit sorgsam um.“ Die ist eine Klasse Einstellung, wie ich finde. Daraufhin entgegnete ein anderer Teilnehmer des Workshops: „Ja, ist wie an Weihnachten, über viele Geschenke freut man sich und mit manchen weiß man nichts anzufangen.“

Vielleicht kennen auch Sie die Situation: Sie sitzen am Schreibtisch, bearbeiten eine Kundenanfrage und es meldet sich Ihr E-Mail-Programm. Wieder einmal erhalten Sie per Mail eine Anfrage der Schrauben&Partner AG. Nun ist dies nicht die erste Anfrage, die Sie von diesem Unternehmen erhalten. Regelmäßig fragt Schrauben&Partner bei Ihnen an, doch leider kam es bisher nie zu einem Auftrag. Gibt es auch bei Ihnen Unternehmen, die Ihnen immer wieder eine Anfrage zukommen lassen und selten bis nie einen Auftrag erteilen? Was macht man in einem solchen Fall?

Gründe für Auftragsverluste ermitteln

Viele Verkäufer reagieren irgendwann nicht mehr auf solche Anfragen und lassen diese im elektronischen Papierkorb verschwinden. Doch ist immer klar, warum es in der Vergangenheit nicht zu einer Auftragsvergabe an uns kam? Insbesondere, wenn offene Angebote nur sporadisch nachgefasst werden, wird oft vermutet, dass wir entweder zu teuer wären oder der Wettbewerber mit diesem Kunden verheiratet sei. Gerade auch in solchen Fällen ist eine konsequente Angebotsverfolgung wichtig. Vergessen Sie dabei nicht, die Gründe, woran es lag, dass wir den Auftrag nicht erhalten haben, systematisch, z.B. in einem CRM-System, zu erfassen. Diese Vorgehensweise liefert Ihnen wichtige Anhaltspunkte, was Sie bei einer zukünftigen Anfrage anders machen sollten, um eine bessere Chance auf den Auftrag zu haben.

Keine Strategie ohne Ziel

Andere Verkäufer gehen mit einer solchen Anfrage, die manchmal auch als Pseudo- oder Alibianfrage bezeichnet wird, wenig sorgfältig um und geben einen überzogenen Preis ab oder bieten gemäß Standard an. Das Motto scheint dann zu sein: Ich mache mir möglichst wenig Arbeit, um den Kunden endgültig einmal zu vergraulen. Doch ist diese Strategie sinnvoll? Keine Strategie kann sinnvoll sein,

solange Sie Ihr Ziel nicht kennen! Bezogen auf die Anfragesituation sollte ich also wissen, woran ich feilen muss, um eine echte Chance auf den Auftrag zu haben. Um dies herausfinden zu können, bleibt uns nur das Gespräch mit dem Anfragenden.

Öffnen Sie Ihren Gesprächspartner

Wie kommt man an die wirklich relevanten Informationen in einer solchen Situation? Es muss uns gelingen, unseren Gesprächspartner zu öffnen. Dabei helfen Formulierungen, wie

„Frau/Herr... Vielen Dank für Ihre erneute Anfrage. Können wir ganz offen miteinander sprechen?“

„Sie sind mir als Kunde sehr wichtig! Wir erhalten immer wieder Anfragen von Ihnen, doch leider hatten wir noch nie die Chance zusammen zu arbeiten.“

„Frau/Herr... Woran lag es, dass es bisher noch nie zu einer Zusammenarbeit kam?“



Hinterfragen Sie erste Aussagen

Die erste Antwort auf Ihre Frage ist nicht immer die entscheidende Information, damit Sie wissen, wie Sie weiter vorgehen sollen. Hinterfragen Sie deshalb die Antworten und versuchen Sie zum Kern vorzudringen. Nur dann wissen Sie wirklich, warum Sie in der Vergangenheit keine Aufträge erhalten haben.

„Woran hat es noch gelegen?“

„Abgesehen vom Preis, was hat noch gegen uns gesprochen?“

„Was müssen wir dieses mal anders machen, um eine echte Chance auf den Auftrag zu haben?“



Hören Sie aktiv zu und testen Sie Ihre Situation

Greifen Sie Aussagen Ihres Gesprächspartners auf und wiederholen Sie diese. Testen Sie über die Wenn-Dann-Frage, ob Sie den tatsächlichen Grund nun ermittelt haben.



Daniel Hetzer

arbeitet als Trainer, Coach und Berater mit den Schwerpunkten Vertrieb und Führung. Seine Botschaft: „Du musst selber brennen, wenn du ein Feuer in deinen Mitarbeitern und Kunden entzünden willst.“

Daniel Hetzer war selbst im Außendienst und als Key Account Manager für bekannte Markenartikelhersteller tätig. Mit Ende zwanzig hat er als Regionaler Vertriebsleiter erste Führungsverantwortung übernommen.

Seit 2006 unterstützt er Unternehmen dabei, ihre Potenziale im Vertrieb zu erkennen und diese systematisch weiter zu entwickeln. Dabei agiert er als Partner auf Zeit. Seine pragmatische Herangehensweise wird von vielen mittelständischen Unternehmen in Industrie und Handel sehr geschätzt. Steigerungen von 10% und mehr bei Umsatz und Deckungsbeitrag sind häufig das Ergebnis seiner Arbeit in Unternehmen.

Gleichzeitig schaffen Sie über diese Vorgehensweise ein gewisses Maß an Verbindlichkeit, die Ihnen auch beim Nachfassen Ihres Angebotes weiter helfen wird.

„Sie sagen, wir waren immer zu teuer. Ist das richtig? Das bedeutet, wenn wir dieses mal beim Preis eine Lösung finden, bekommen wir den Auftrag?“

Entscheiden Sie erst nach einem solchen Gespräch, wie Sie weiter vorgehen

Nach einem solchen Gespräch haben Sie die notwendigen Informationen und können einschätzen, wie Sie weiter vorgehen. Je nachdem wie das Gespräch verlaufen ist, kann es nun sinnvoll sein, sehr sorgfältig die Anfrage zu bearbeiten, um den Kunden nun von den Vorteilen einer Zusammenarbeit zu überzeugen. Genauso können Sie nach bzw. während des Gesprächs feststellen, dass Sie keine Chance auf den Auftrag haben und deshalb dem Kunden direkt höflich absagen. Vielleicht entscheiden Sie sich aber auch dazu ein Kurzangebot oder eine Preisinformation abzugeben, um zukünftig im Rennen zu bleiben. Unternehmen, die einen hohen Aufwand haben, um Angebote zu erstellen, z.B. weil Skizzen erstellt und umfangreiche Berechnungen angestellt werden müssen, berechnen Ihren Kunden durchaus auch Projektierungskosten für die Angebotserstellung. Bei Auftragsverlust werden diese dann verrechnet.

Suchen Sie auf alle Fälle das Gespräch mit dem Kunden, bevor Sie sich auf eine Strategie festlegen. Es lohnt sich!

Wenn auch Sie Ihr Anfragemanagement optimieren wollen, sprechen Sie mit uns: hetzer@kybos-training.de

Haben Sie das Zeug zur erfolgreichen Führungskraft?

von Gregor Heise

Was motiviert mehr, als das Gefühl zu haben, etwas geschafft zu haben?

Was gibt es Schöneres, als seine selbst gesteckten Ziele zu erreichen?

Warum erreichen wir dann so häufig unsere Ziele nicht?

Sehr oft wird behauptet, dass ein Mensch alles erreichen kann, was er nur möchte. Ich halte das für Unsinn!

Zunächst einmal hat jeder Mensch seine individuellen Grenzen innerhalb derer er sich bewegt. Die genetische Grundausstattung lässt sich nicht verändern – nicht jeder hat das Zeug dazu z.B. ein überragender Sportler zu werden.

Natürlich kann man mit Training und Übung sehr vieles erreichen. Innerhalb der individuellen Grenzen besitzt jeder Mensch ein hohes Entwicklungspotenzial.

Selbstgesteckte Ziele

Üben und Trainieren bedeutet, an einer Sache dranzubleiben. Nicht aufgeben, sondern das Ziel konsequent zu verfolgen.

Dabei ist es jedoch entscheidend, dass man solche Ziele verfolgt, die auch mit einem selbst übereinstimmen.

Nur die Ziele, die aus einem selbst kommen, die man mit positiven Werthaltungen und Emotionen verknüpft, werden auch nachhaltig verfolgt!

Nun ist es aber nicht immer ganz einfach herauszufinden, was man wirklich möchte.

Welche Aspekte sind dabei besonders wichtig?

Der Mensch ist sich oftmals ein Rätsel...

So finden Sie Ihre persönlichen Ziele

Reflexionsbereitschaft: Selbstbestimmte Ziele zu benennen setzt voraus, dass Sie in sich selbst hineinzuschauen bereit sind. Aber dieser Blick in sich selbst ist bedeutet auch, sich mit der eigenen Widersprüchlichkeit zu beschäftigen. Oder auch Aspekte von sich zu entdecken, die einem vielleicht noch unvertraut sind.

Dazu empfehle ich Ihnen:

- Dialog – Suchen Sie sich einen Gesprächspartner, mit dem Sie ganz offen über das sprechen können, was Sie beschäftigt. Ihr Gesprächspartner sollte Ihnen aufmerksam zuhören. Also Sie nicht durch Fragen „ausquetschen“ oder Ratschläge erteilen. Wenn Sie niemanden dafür haben, bietet sich ein Coach an.
- Achtsamkeit – Halten Sie mehrmals am Tag inne und kommen Sie ganz in das Hier-und-Jetzt. Werden Sie gewahr, wo Sie sich befinden und was Sie tun. Erleben Sie diesen Augenblick ganz intensiv. Diese Übung hilft, sich zu fokussieren. Sie bietet sich auch an, um schwierige Situationen gut zu meistern.
- Kunst – Beschäftigen Sie sich mit Kunst. Ausstellungen, Musik, Literatur usw. Das können Impulse sein, die Ihnen helfen, mehr über sich selbst zu erfahren.
- Tagebuch – Führen Sie ein Tagebuch. Im Laufe der Zeit schälen sich bestimmte „Lebensthemen“ heraus.
- Natur erleben – Viele Menschen kommen zu sich selbst, indem sie nach draußen gehen und mit allen Sinnen die Natur erleben. Vielleicht ist das auch etwas für Sie? Und wenn Sie das schon machen, dann können Sie vielleicht die Art und Weise abändern. Also anstatt zu laufen bewusst langsam gehen oder öfter eine bewusste Pause einzulegen etc.

Das sind einige Ideen, wie Sie sich selbst entdecken können.

Der Hintergrund dieser Empfehlungen ist der, dass wir, um zu uns selbst zu kommen, die emotionale Grundhaltung der Gelassenheit benötigen. Diese Emotion lässt sich jedoch nicht einfach herstellen. Sie müssen bewusst Ihr Tempo drosseln.

Was ist der Nutzen, wenn Sie mehr zu sich selbst finden?



Der Nutzen ist, dass Sie weniger anfällig für Fremdbestimmung sind.

Wenn Sie gut im Kontakt mit sich selbst sind, dann werden Sie auch besser unterscheiden können, ob die Ziele, die Sie sich stecken, von Ihnen kommen oder von außen. Dann haben Sie die Wahl!

Was hinter motivierenden Zielen steckt

Hinter Zielen stecken Bedürfnisse und Wünsche. Diese müssen uns gar nicht immer bewusst sein. Im Gegenteil ist es häufig so, dass wir weit mehr von Bedürfnissen gesteuert werden die unbewusst wirksam sind.

Unbewusste Motive entstehen in der Kindheit und entwickeln sich dann besonders stark, wenn bestimmte Bedürfnisse nicht ausreichend genug befriedigt wurden.

So entwickeln Kinder die geringe Nähe und Wärme erfahren haben, oft ein starkes Bindungsmotiv. Wer seine Eltern als relativ schwach erlebt hat, entwickelt häufig ein starkes Machtmotiv. Und wer wenig Unterstützung erlebt hat, entwickelt oft ein starkes Leistungsmotiv.

Unbewusste Motivatoren sind innere Kraftquellen, die man nutzen kann.

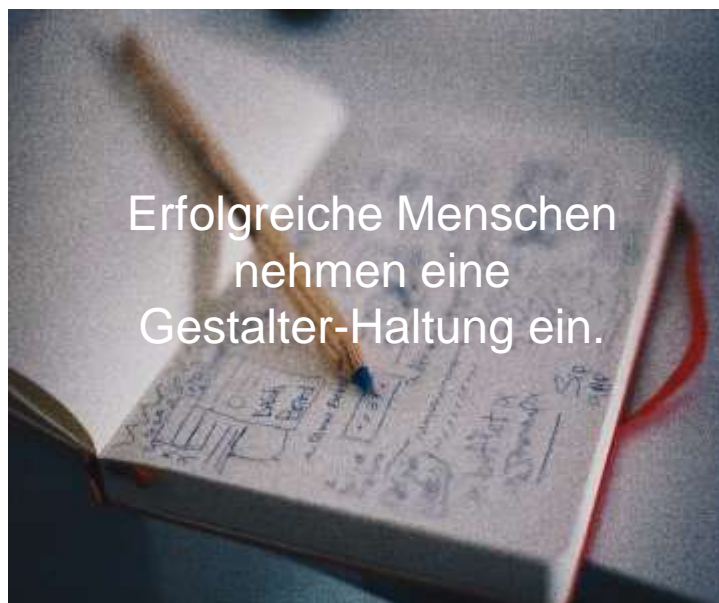
So wird beispielsweise jemand der ein starkes Bedürfnis nach Bindung hat, von Haus aus eine Menge an Verhaltensoptionen in diesem Bereich mitbringen. Einfach deshalb, weil er bereits in der Kindheit unterschiedliche Strategien gelernt hat, sein Bedürfnis zu stillen. Diese Strategien werden in einem bildhaften Format gespeichert und können auch als Erwachsener aktiviert werden. Besonders in Situationen die neu sind.

Stimmt nun die bewusste Zielwahl mit den unbewussten Motiven überein, so ist eine gute Grundlage für den persönlichen Erfolg gelegt.

Daraus folgt, dass es kein allgemeines Ziel, das für alle Menschen gilt, gibt. Oftmals ist es ein fataler Fehler zu glauben, dass die Ziele, die man selbst für wichtig hält auch von anderen geteilt werden.

In meinen Seminaren und Coachings erlebe ich häufig, dass Führungskräfte sich sehr schwer tun, zu akzeptieren, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter andere Ziele und Prioritäten besitzen.

Die unbewussten Motivatoren aufzuspüren gelingt mit



eigens dafür entwickelten Testverfahren, die wir bei Kybos anbieten.

Gestalter-Haltung

Selbstbestimmte Ziele in Übereinstimmung mit den unbewussten Motiven zu wählen ist eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg. Dazu muss jedoch noch die Gestalter-Haltung kommen. Was gehört zu dieser Haltung dazu?

Es ist eine irriige Annahme, dass Optimismus und positives Denken die eigentliche Grundlage der Gestalter-Haltung sind. Positive Gefühle erleichtern das Handeln – sie führen aber nicht zur Handlung. Handlungsbereitschaft entsteht erst dann, wenn ich mir etwas Schwieriges vornehme!

Warum ist das so?

Wenn Sie sich etwas Schwieriges vornehmen, wird das Vorhaben in einem Teil des Gehirns gespeichert, den man Absichtsgedächtnis nennt. Erst dann – also wenn klar ist, was realisiert werden soll – ist es wichtig, positive Emotionen zu entwickeln. Diese aktivieren die verhaltenssteuernden Systeme in unserem Gehirn.

Haben es dann nicht die geborenen Optimisten leichter? Nein! Das liegt daran, dass die optimistische Grundhaltung dazu führen kann, sich das positive Gefühl nur ja nicht stören zu lassen. Die Beschäftigung mit Schwierigkeiten, Problemen und anspruchsvollen Zielen trübt jedoch das Erleben von Freude. Phasen von Frustration und Problembewältigung durchzuhalten ist nicht unbedingt die Stärke der reinen Optimisten.

Fähigkeiten erfolgreicher Führungskräfte Eine erfolgreiche Führungskraft wird folgende Fähigkeiten besitzen:

- 1. Eine lebendige Imagination des Ziels** in einem bildhaften Format, das mit positiven Emotionen verknüpft ist. Dabei ist das Ziel selbstgewählt, entspricht den inneren Bedürfnissen und löst ein Verlangen aus. Die Motivation – also die Ausrichtung auf dieses Ziel – kommt nicht nur aus rein rationalen Erwägungen, sondern schließt die emotionale Komponente mit ein. Das bedeutet, dass erfolgreiche Menschen sich in den gewünschten Zielzustand hineinversetzen können und diesen auch körperlich spüren. In meinen Trainings und Coachings verwende ich Übungen zur Zielimagination in Kombination mit Meditation.
- 2. Die Fähigkeit, aus dem Ziel konkrete Handlungsschritte abzuleiten.** Das Absichtsgedächtnis wird durch präzise Instruktionen geladen. Dabei gilt: je konkreter die Handlungsschritte erarbeitet werden, desto höher die Erfolgswahrscheinlichkeit. In dieser Phase wird das global-ganzheitliche Zielbild in konkrete Ergebnisse die es zu erreichen gilt, transformiert.
- 3. Ein realistischer Blick auf Schwierigkeiten und Hindernisse.** Ein Ziel zu erreichen bedeutet immer auch, mit Schwierigkeiten konfrontiert zu werden. Die Augen davor zu verschließen ist meistens kein guter Weg. Erfolgreiche Führungskräfte haben jedoch das Zutrauen, dass Schwierigkeiten und Hindernisse bewältigt werden können. Diese Phase des „Schwarzsehens“ kann jedoch dazu führen, in negativen Emotionen stecken zu bleiben. Erfolgreiche Menschen merken jedoch, wann es Zeit ist, wieder positive Emotionen aufzurufen. Mit einem Wort haben erfolgreiche Führungskräfte ihre Selbststeuerung so entwickelt, dass sie zwischen den beiden Zuständen „Optimismus“ und „Pessimismus“ pendeln können.
- 4. Einfach etwas tun.** Erfolg stellt sich nur dann ein, wenn Ziele, Ideen und Visionen auch umgesetzt werden. Deshalb verhindert zu langes Zögern Erfolg. Die beiden Sprüche: „Jede Reise beginnt mit dem ersten Schritt“ und „Der Weg entsteht beim Gehen“ haben sehr viel Wahrheit in sich. Wer immer nur bedacht ist, den „richtigen“ Schritt zu tun, übersieht, dass wir oft erst in der Rückschau sagen könne, ob ein Schritt „richtig“ war. Und wer allzu lange auf den richtigen Zeitpunkt wartet, der verpasst in Wirklichkeit Chancen, die sich daraus ergeben, dass man einfach anfängt...



Nun können Sie für sich überprüfen, an welchen Punkten Sie noch arbeiten können, um auf die „Erfogsstraße“ zu kommen.

Next Steps

Was ist Ihre Meinung? Wie schaffen Sie es, erfolgreich zu sein?

Wenn Sie Interesse haben Ihre Ziele, Motive und Ihre Grundhaltung zu reflektieren und zu verbessern, bieten wir Ihnen bei Kybos ein Spezialcoaching an.

Mittels eines wissenschaftlichen Testverfahrens von Julius Kuhl können Sie Ihre Persönlichkeit erforschen. Darauf aufbauend erfolgt ein individuell abgestimmtes Coaching um Ihre Potenziale zu entfalten.

Bitte kontaktieren Sie mich unter:
mailto:heise@kybos-training.de

Weitere Infos zu Gregor Heise, unserem Kybos-Partner in Österreich:

<http://www.kybos-training.de/Ueber-uns/Team/Gregor-Heise/>



Gregor Heise

Er hat eine systemische Berater-Ausbildung und eine Zertifizierung in der TOP-Diagnostik von Prof. Dr. Julius Kuhl. Gregor Heise verhilft Unternehmen und Führungskräften zu mehr Selbstwirksamkeit und Gelassenheit durch Selbstführung.

Die Rolle der Führungskraft in der digitalen Transformation

von Dirk Grebe

Für Unternehmen stehen durch die Digitalisierung neue Herausforderungen bevor. Nur mit dem Mut zur Veränderung, speziell im Bereich der Strukturen sind diese Aufgaben nachhaltig zu bewältigen. Für die Führungskräfte bedeutet dies eine grundlegende Veränderung.

Wer zukünftig im Beruf weiterkommen will, muss alte Karrieremuster verlassen. Die Führungskraft muss sich darauf einlassen, dass sich das eigene Führungsverhalten deutlich verändert zu dem seines eigenen Vorgesetzten aktuell.

Erwartung an zukünftige Führungskräfte – Neue Fähigkeiten sind gefragt

Für eine effektive und individuelle Karriereplanung müssen derzeitige und zukünftige Führungskräfte die neuen Anforderungen berücksichtigen.

Drei Charaktertypen benötigen die Unternehmen um im digitalen Zeitalter zu bestehen.

Professor Charles Galunic von der Graduate Business School INSEAD hat diese **drei Typen** ermittelt.

Typ 1 bezeichnet er „The Quants“ (Die Quanten) – es sind die Führungskräfte die komplexe Statistiken und Kodierungen verstehen und eine besondere Stärke in der Analyse von Daten haben.

Typ 2 sind die „Digital Natives“ (Die digital Nativen) – diese Menschen kennen sich mit Tools in digitalen und sozialen Medien aus und wissen wie man damit Andere erreichen kann.

Typ 3 nennt er „The Suits“ (Die Anzüge) – dies sind die Projektmanager und unternehmerisch denkende Menschen die einen Businessplan erstellen und umsetzen können.

Es ist unwahrscheinlich das man eine Person findet die alle drei Typen in sich vereint.

Die umfangreichste Veränderung für Führungskräfte wird das bereichsübergreifende Arbeiten sein und das Entwickeln von selbstorganisierenden Netzwerken mit Ihren Mitarbeitern. Hier wird die eigene Stärke nur durch eine zielorientierte Zusammenarbeit erreicht. Die Abteilungs- und Verantwortungsgrenzen verschwimmen und sorgen so für eine neue Form der Karriereplanung. Weiterhin wird sich die Halbwertszeit von Wissen und Kompetenzen immer weiter verkürzen.

Aus meiner Sicht werden folgende Fähigkeiten in den nächsten Jahren für Führungskräfte immer wichtiger:

- Fähigkeit zur Motivation von Mitarbeitern
- Innovative Arbeitsweise
- Empathie
- Veränderungsbereitschaft/Veränderungsmanagement
- Analyse von Daten
- Fähigkeit zum Funktionsübergreifenden Management
- Interne Vernetzung

Ein digitaler Anführer muss mutig sein und die eingefahrenen Wege in einem Unternehmen verlassen. Dabei ist es wichtig, dass er seinem Einfühlungsvermögen und seinem Schaffen von Vertrauen treu bleibt. Dies setzt ein hohes Maß an sozialer Intelligenz voraus.

Denn klar ist das wenn ich Grenzen in einem Unternehmen verschieben werde, wird der innerbetriebliche Wiederstand kommen. Mit diesen Punkten gilt es sich auseinander zu setzen.

Viele Unternehmen erkennen den Wandel als Chance. Aber es gilt; nur wer gute Unternehmensstrukturen hat ist auch in der Lage diese Strukturen zu überlagern. Gerade an dieser Stelle sind die Führungskräfte gefordert. Denn nur wer abteilungsübergreifende Netzwerke auf- und ausbaut wird in der Lage seine funktionsübergreifenden Führungsaufgaben der Zukunft wahrzunehmen.

Funktionssilos sind passé. Also ist es in der Zukunft wichtig, das man sich als Führungskraft ein breit angelegtes Wissen erarbeitet um die zukünftigen Aufgaben nachhaltig und erfolgreich zu erledigen.



Dirk Grebe

über 30 Jahre Erfahrung im Handel/Vertrieb, davon über 25 Jahre Erfahrung in der Betriebs- und Bereichsführung.

Seine Stärken:

Kommunikation, Organisation
Neuaufbau von Firmen, Vertrieb

Sparringspartner auf Geschäftsführerebene

Gekonnte und gelebte Feedback-Kultur

von Gabriele H. Heinzelmann

WE LIKE YOU,
TOO:)

In der Gallup-Studie von 2016 wird deutlich, dass die Arbeitnehmer sich mehr Feedback von ihren Führungskräften und Kollegen wünschen. Bei der Generation Y sind es sogar 80%, die ein Feedback für ihre weitere Entwicklung benötigen. Allerdings: Feedback ist erst dann hilfreich, wenn die Qualität stimmt. So empfinden über 95% der Mitarbeiter ein Feedback von Kollegen nützlich und 98% ein Feedback ihrer Führungskraft. 36% der Mitarbeiter mit hoher emotionaler Bindung erhalten relevantes Feedback zu ihrer Arbeit. 32% dieser Mitarbeiter sagt, dass dieses Feedback hilft die Arbeit zu verbessern.

Auch die Vorgesetzten klagen über zu wenig Feedback ihrer Mitarbeiter. Deshalb sollten sich die Führungskräfte, schon aus eigenem Interesse, intensiv daran beteiligen eine Feedback-Kultur im Unternehmen zu etablieren und vorzuleben.

Um die „alte“ Maslowsche Bedürfnispyramide wieder mal zu verwenden, ist ein Feedback für eine psychologische Gesundheit wichtig. Die den Bereichen soziale Bedürfnisse und Wertschätzung beeinflusst ein Feedback positiv.

Aber von vorne! Was ist Feedback?

Der Begriff meint die persönliche Rückmeldung auf eine bestimmte Fragestellung. Feedback bezieht sich auf Verhaltensweisen, Leistungen etc., jedoch nicht auf die Person als Ganzes. Es sollte nach bestimmten elementaren Regeln ablaufen.

Was ist eine Feedback-Kultur?

Von dieser wird gesprochen, wenn die Prozesse des Feedbacks im Denken, Haltung, zeitnaher Information und gemeinsamer Kommunikation der Beteiligten verankert sind.

Feedback sollte situativ aber mind. alle zwei bis drei Monate stattfinden. Klare Ziele und deren Umsetzung sind miteinander zu vereinbaren. Bei Auszubildenden und neuen Mitarbeitern sollte es kürzer getaktet sein. Werden Ziele nicht oder nur teilweise erreicht, kommt es zur konstruktiven Kritik, einem Teil der Feedback-Kultur. Wir unterscheiden innerhalb der Feedback-Regeln das Feedback geben, Feedback nehmen und das Feedback moderieren. Innerhalb einer Feedback-Gruppe zählen Vertrauen, wohlwollende Akzeptanz und Offenheit sowie professioneller Umgang mit dem Feedback.

Allen ist klar, dass es sich hierbei um Beobachtungen mit subjektiver Wirkung handelt. Allgemeine Bewertungen haben hier nichts zu suchen. Erkenntnisse die der Qualitätsentwicklung der Organisation dienen, werden weitergeleitet. Das w.w.w.-Feedback – Wahrnehmung, Wirkung und Wunsch ist eine von vielen Möglichkeiten bei der täglichen Arbeit.

Was hat ein Unternehmen von einer funktionierenden Feedback-Kultur?

Feedback fördert Offenheit und Vertrauen. Ein offenes Feedback reduziert „Blinde Flecken“ bei Mitarbeitern, Produkten und dem Unternehmen. Wenn positives und kritisches Feedback unter Kollegen und hierarchieübergreifend selbstverständlich ist, entwickelt sich Ihr Unternehmen zu einer leistungsbereiten, schnell anpassungsfähigen und lernenden Organisation. Was Innen wirkt strahlt auch nach außen, Sie sind dadurch attraktiver für Fachkräfte und junge Talente. Die Unternehmenskultur entwickelt sich zielgerichtet weiter. Feedback spielt bei Veränderungsprozessen eine Rolle als Führungsinstrument und der Haltung innerhalb des Unternehmens. Sie haben weniger Reibungsverluste! Das Selbstbewusstsein Ihrer Mitarbeiter wächst und sie denken und gestalten mit.

Vorgehensweise einer Einführung der Feedback-Kultur – was ist zu beachten?

Aus meiner Sicht als Organisationsentwicklerin haben Sie folgende Möglichkeiten gezielt eine Feedback-Kultur in Ihrem Unternehmen zu planen und zu etablieren:

Kommen Sie in das „Wollen“

Steuergruppe definieren, erste Entwicklungsschwerpunkte festlegen

Womit möchten Sie beginnen? Bsp.: Mitarbeiterbefragung

Maßnahmen für einen gemeinsamen Start

Führen Sie in das Thema Feedback ein

- Sind Sie dankbar bei allem was entsteht
- Klären was wird erwartet und wo gibt es Bedenken
- Probieren Sie einzelne Methoden aus

Klären Sie die Rahmenbedingungen für das Pilotprojekt
Gründen Sie eine Pilotgruppe(n) aus freiwilligen Personen
„Allianz der Willigen“

Investieren Sie in die Fortbildung der Pilotgruppen-Teilnehmer/innen

Entwickeln Sie ein vorerst stimmiges Konzept

Evaluieren Sie die Erkenntnisse der Probephase intensiv aus

Machen Sie diese Erkenntnisse öffentlich, passen Sie das Konzept an

Auf das Unternehmen übertragen, Verbindlichkeit schaffen
Die Lust an Feedback geht verloren!

Kritisch und unbeliebt sind aus meiner Sicht die jährlichen Mitarbeitergespräche. Wer weiß noch was vor Monaten war, um den Mitarbeitern und Führungskräften sinnvolles Feedback zu geben? Am Ende geht es hierbei hauptsächlich um die Planzahlerfüllung. Die inhaltliche Qualität und die des Gesprächs kommen ins Hintertreffen.

Argumente weshalb Feedback nicht funktioniert!

Ein Argument, unter vielen, keine Feedback-Kultur aufzubauen ist der angeblich hohe Zeiteinsatz. Ist das wirklich so? Bei meinen Beobachtungen innerhalb der Unternehmen konnte ich feststellen, dass durch ein regelmäßiges und ständiges Feedback z.B. die Aufgaben wesentlich schneller erledigt werden, weil es weniger Missverständnisse gibt und sich automatisch eine Kultur entwickelt die Fehler als Chance sieht und daraus gelernt wird.

Offenes Feedback erschließt Potentiale!

Eine Feedback-Kultur ist es auf jeden Fall wert eingeführt zu werden und zwar so, dass sie wirkt und weiterbringt. Die Mitarbeiterbefragung ist bestimmt ein Instrument um mit einer Feedback-Kultur zu beginnen. Dieses Instrument führt hin zur inneren Haltung und ändert gleichzeitig die Unternehmenskultur.

Mein Motto 2019 „Feedback goes excellent“

Erreichen Sie mit uns gemeinsam die nächst höhere Stufe für Ihr Unternehmen!



Gabriele H. Heinzelmann

„Führungserfolge stärken, Mitarbeiterpotentiale fördern. Beide Ebenen für ein besseres, wertschätzendes Miteinander zusammenbringen, das ist meine Stärke.

Mir liegt es sehr am Herzen den wirtschaftlichen, sozialen Fortschritt und Erfolg innerhalb der Unternehmen mitzugestalten.

Gabriele H. Heinzelmann lebt in Baden-Baden und arbeitet als Trainerin, Coach und Organisationsberaterin.

Mit vereinten Kräften gemeinsam zu einem langfristigen Arbeitsplatz

von Henry Baase

Trotz guter Lage auf dem deutschen Arbeitsmarkt, sind immer noch knapp 800.000 Menschen langzeitarbeitslos (<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/666199/umfrage/anzahl-der-langzeitarbeitslosen-in-deutschland/>).

Je länger die Suche nach Arbeit erfolglos bleibt, desto schwieriger und komplizierter wird der Weg zurück in Arbeit. Daher brauchen die Betroffenen Unterstützung.

Am 1. Januar 2019 trat das Teilhabechancengesetz in Kraft.

Wie funktionieren die Förderungen?

Mit den beiden neuen Förderungen unterstützt die Bundesregierung Arbeitgeber durch Lohnkostenzuschüsse, wenn sie Personen der jeweiligen Zielgruppe einstellen.

Hierbei werden zwei Personengruppen unterschieden.

Von der neuen Förderung „Teilhabe am Arbeitsmarkt“ können Menschen profitieren, die

- über 25 Jahre alt sind,
- für mindestens sechs Jahre in den letzten sieben Jahren Arbeitslosengeld II bezogen haben und
- in dieser Zeit nicht oder nur kurzzeitig beschäftigt waren.

Die andere Zielgruppe umfasst Personen, die seit mindestens zwei Jahren arbeitslos sind.

Unternehmen, die Personen einstellen, die mehr als sechs Jahre SGB II-Leistungen erhalten haben, können mit einem Zuschuss für das Gehalt des neuen Mitarbeiters gefördert werden. In den ersten beiden Jahren sind das 100 Prozent des Mindestlohns – es sei denn, der Arbeitgeber ist tarifgebunden oder tariforientiert. Dann wird das tatsächlich

gezahlte Arbeitsentgelt berücksichtigt. In jedem weiteren Jahr verringert sich der Zuschuss um 10 Prozent. Die Förderung dauert maximal fünf Jahre. Zudem können während der Förderung erforderliche Qualifizierungen und Praktika bei anderen Arbeitgebern finanziert werden.

Unternehmen, die Personen einstellen, die mehr als zwei Jahre arbeitslos waren, erhalten einen Zuschuss für zwei Jahre. Im ersten Jahr in Höhe von 75 Prozent des regelmäßig gezahlten Lohns und im zweiten Jahr 50 Prozent. Darüber hinaus können die ehemaligen Langzeitarbeitslosen im gesamten Förderzeitraum Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen nach den allgemeinen Regelungen in Anspruch nehmen.

Bei beiden Förderungen helfen praxiserprobte Coaches die Klienten und Coachees sich auf das Berufsleben vorzubereiten und darin langfristig Fuß zu fassen.

Wie kann ich als Arbeitgeber von den Förderungen profitieren?

Wenn Sie mit dem Gedanken spielen, einen neuen Beschäftigten einzustellen, dann wenden Sie sich an das in Ihrer Region ansässige Jobcenter. Gerne unterstützen auch wir Sie bei:

- der Kommunikation mit der Arbeitsagentur/dem Jobcenter und
- der Heranführung/Weiterentwicklung der Langzeitarbeitslosen in Ihr Unternehmen.

Vereinbaren Sie mit uns direkt einen unverbindlichen und kostenfreien Beratungstermin: baase@kybos-training.de oder 0172-1400818



Henry Baase

lebt in Berlin und arbeitet als Interimmanager, Trainer, Coach und Berater. Er ist ein ausgewiesener Vertriebsexperte und hat bereits namhafte Unternehmen und Startups beraten und im Vertrieb unterstützt. Ehrenamtlich coacht Henry Baase in Berlin Langzeitarbeitslose.

Als Interimmanager unterstützt er Unternehmen auch operativ im Vertrieb. Insbesondere der Möbeleinzelhandel, wo er seine Ausbildung durchlaufen hat, liegt ihm dabei am Herzen.



Der Webcoach als Unterstützer der Servicekraft

von Peter Wegner

Kennen wir das nicht alle? An einem sonnigen und schönen Samstagvormittag gehen wir shoppen und kommen mit einer Kommode nach Hause, die wir schon immer haben wollten.

Zuhause angekommen befreien wir das gute Stück von seiner massenhaften Verpackung und suchen erstmal die Gebrauchsanleitung bzw. Bauanleitung.

Wir gehen dabei vorbildlich vor in dem wir erstmal die Einzelteile sortieren um festzustellen ob wir auch alle Teile haben, die laut Bauanleitung dabei sein sollten.

Jeder, der schon mal in dem berühmten schwedischen Möbelhaus eingekauft hat kennt das Erlebnis welches entsteht, wenn man z.B. die eingekaufte Kommode zusammenbauen will. Sollte man den Zusammenbau als Team in einer gut funktionierenden Beziehung angehen, sollte man sich vorher versichern, dass diese Beziehung stressresistent ist. Es gab schon zu viele Beziehungen, die über dieses Vorhaben gescheitert sind.

Hierbei ist festzustellen, dass es kein geschlechter-spezifisches Problem ist. Also keine Aussage darüber zulässt

wer mehr technisches Verständnis hat oder die Bauanleitung besser versteht.

Wichtig für uns ist, dass wir den Aufbau der Kommode als positives Erlebnis des Kunden gestalten wollen. Sie sollen sich freuen über den erfolgreichen gemeinsamen Aufbau der Kommode.

Ein ähnliches Erlebnis der Frustration kann einen erwarten bei dem Kauf eines technischen Gerätes wie beispielsweise einen neuen Fernseher.

Nachdem man sich mit der Partner/in geeinigt hat, wie und wo man dieses Teil aufstellt kommt man nun an den Punkt dieses Gerät einzurichten, zu konfigurieren.

Männer neigen ja dazu die Gebrauchsanleitung nur zu überfliegen, was die ersten Irritationen hervorruft, da die Partner sich an ähnliche Erlebnisse und deren Ergebnisse erinnern. Dieser Hinweis sorgt natürlich dafür, dass bevor man richtig angefangen hat die ganze Situation eine gewisse Spannung erfährt. Diese sich beziehungs-schädlich potenziert sollte ein positives Ergebnis nicht in absehbarer Zeit zu Stande kommen.

Zur Vermeidung dieser Probleme bietet 1&1 neuerdings eine Servicehotline an, die ihren Kunden bei der Installation ihrer Geräte an den 1 & 1 Router unterstützen. Die Idee ist gut aber für mich nicht ausreichend, weil sie Ärger vorprogrammiert.

Der Kunde, der ja eh schon genervt, da er sich mit dem Telefoncomputer auseinandersetzen muss bis er erstmal bei der zuständigen Kraft gelandet ist. Dann muss er erklären, möglichst bildhaft wie weit er ist, denn er wird die Hotline erst dann anrufen, wenn er nicht weiterkommt. Und die Hotline kann ihm nicht helfen, wenn der Status quo unbekannt ist. Also haben wir wieder einmal eine Spannungsgeladene Situation, bevor überhaupt eine Unterstützung stattfinden kann.

Was kann also der Händler tun um einen zufriedenen Kunden zu erhalten?

Um diese Frage nachhaltig beantworten zu können muss man sich vom Produkt lösen und sich fragen warum kauft der Kunde dieses Produkt?

Der Kunde hat ein bestimmtes Bild im Kopf welches er realisieren möchte (die fertige Kommode an ihrem vorgesehenen Platz oder die Liebesserie gemütlich vom Sofa in einer nie dagewesenen Qualität zu schauen).

Je mehr Zeit und Aufwand der Kunde investieren muss desto niedriger wird seine Frustrationstoleranz und Teamfähigkeit. Der Kauf dieses Produktes dient also dazu Bedürfnisse auf der Beziehungsebene längerfristig zu befriedigen.

Der Händler hätte jetzt natürlich die Möglichkeit eine Servicekraft zum Kunden zu schicken, welches aber aus wirtschaftlichen Gründen nicht unbedingt sinnvoll wäre. Weder für den Händler noch für den Kunden.

Im Zeitalter der Digitalisierung haben wir ganz andere Möglichkeiten, die für den Händler als auch für den Kunden neue und einfache Möglichkeiten der Unterstützung bieten.

Die telefonische Beratung ist aufgrund der Reduzierung auf einen Kommunikationskanal (das Hören) sehr emotionalisiert und somit für beide Seiten belastend. Durch die Einbeziehung eines weiteren Kommunikationskanals (das Sehen) verringere ich die Emotionalisierung, da die Körpersprache als weiteres Ausdrucksmittel eingesetzt wird. In der Beratung bekomme ich schneller mit ob der Kunde mich verstanden hat oder nicht. Der Erfolg ist für den Kunden schneller realisierbar ohne dass er das Gefühl hat sich zum Affen zu machen.

Fast jeder Haushalt verfügt heute über mindestens ein Smartphone. Diese Geräte sind alle mit einer Kamera ausgestattet und verfügen über eine Funktion, die Videoanruf oder ähnlich heißt.

Ich benötige also nicht mal eine zusätzliche Software, sondern nutze die Funktionen, die das Gerät bietet.

Peter Wegner

lebt in Flensburg und ist seit 18 Jahren freiberuflich tätig als Berater und Trainer für Kommunikation. Seine Stärken sind eine sehr ausgeprägte emotionale Intelligenz Ruhe, Belastbarkeit, zielorientiertes, wirtschaftliches Denken und Handeln.



Der Kunde ruft mich an und sieht von Anfang an den Servicemitarbeiter mit dem er das Problem gemeinsam löst. Er beschreibt und zeigt sein Problem, was dazu führt dass der Beratungsprozess schneller und effizienter wird und die Kundenzufriedenheit wächst. Wir erzielen mit dieser Form der Beratung noch ein weiteres nicht zu unterschätzendes Ergebnis nämlich Kundenbindung.

Die Verlagerung des Kaufprozess vom stationären Handel auf das Internet hat dafür gesorgt das viele Kaufentscheidung ausschließlich über den Preis getroffen werden. Also warum soll sich der Kunde für uns entscheiden?

Wir bieten ihm den Kauf eines Produktes bei dessen Zusammenbau/Installation er nicht allein gelassen wird, sondern von uns begleitet eine hohe Zufriedenheit erfährt. Um diese Art der Beratung zu realisieren ist mein finanzieller Aufwand als Anbieter quasi gleich Null. Vorausgesetzt es ist mindestens ein Smartphone vorhanden.

Für die Realisation einer softwarebasierten Beratung ist zusätzlich ein Tablet, Notebook, etc. erforderlich sowie eine Software wie Teamviewer. Die erlaubt es mir auf Wunsch des Kunden ihn bei der Installation seines Produktes auf seinem Rechner zu unterstützen.

Alternativ vermittelt mir der Kunde per Webcam sein Problem ohne es wortreich beschreiben zu müssen. Die Servicekraft ist also sehr zeitnah in der Lage mit dem Kunden das Problem zu lösen.

Wir erreichen ohne großen Aufwand ein positives Gefühl beim Kunden, der mit hoher Wahrscheinlichkeit dieses weiterträgt.



Man kann ohne Liebe Holz hacken, aber man kann ohne Liebe nicht mit Menschen umgehen.

Leo Tolstoi
