

TARGET CONCEPT®



CONSULTING ► TRAINING ► COACHING

ERFAHREN.ENGAGIERT.EFFEKTIV.



TARGET CONCEPT®

INHALT

	SEITE
TARGET PHILOSOPHIE	3
ARBEITSWEISE	4
REFERENTEN	5
GLOBALER ANSATZ	7
ERFOLG FÜR UNSERE KUNDEN	8
THEMENSCHWERPUNKTE DER SEMINARE	8
MANAGEMENT & FÜHRUNG	10
VERKAUF / VERTRIEB & MARKETING	20
KOMMUNIKATION & SERVICE	31
SEMINAR-TERMINE	50
SERVICE-ANGEBOT	52
SEMINAR-ANMELDUNG	53
TEILNAHME- UND GESCHÄFTSBEDINGUNGEN	54
EINIGE UNSERER KUNDEN	55
KONTAKT-ADRESSE	56



DIE TARGET CONCEPT PHILOSOPHIE:

Was sind eigentlich die Grundbedingungen erfolgreicher Organisations- und Mitarbeiterentwicklung?

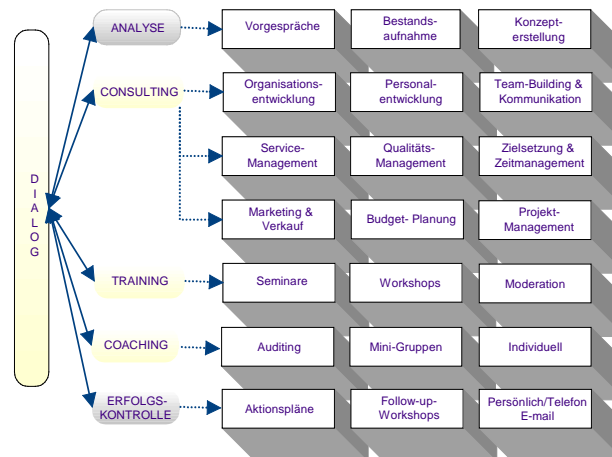
Darauf lässt sich eine grundsätzliche, auf den ersten Blick recht triviale, Aussage machen: Sie muss gewollt sein.

Um das Unternehmensziel zu erreichen, braucht man Strategien und Konzepte, Organisation und Instrumente, und, nicht zuletzt, Professionalität.

So ist es in manchen Situationen sinnvoll, die eigene Expertise durch externes Know-how zu ergänzen.

Daher beginnen wir mit dem, was das Wesen des individuellen Beratungsprozesses ausmacht:

DEM DIALOG....





WIE ARBEITEN WIR ?

Wir orientieren uns an der Kultur und den Zielen unserer Kunden.

Unternehmen bestehen aus mehreren Einheiten und Systemen, die voneinander abhängig sind und sich gegenseitig beeinflussen. Systeme funktionieren jedoch nicht einfach von selbst - sie werden von Menschen entwickelt und gesteuert.

Deshalb steht bei uns auch der Mensch im Unternehmen im Mittelpunkt unserer Arbeit.

Erfolgreiche Unternehmen haben erkannt, dass durch Förderung der Kreativität, Kompetenz und Selbstverantwortung des Einzelnen die Wettbewerbsfähigkeit auch in Zukunft gesichert werden kann.

Dies unterstützen wir mit unserer Arbeit als Consultant, Trainer und Coach.

So verstehen wir es als unsere Aufgabe, unseren Kunden dabei zu unterstützen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern sowie die Produktivität des Unternehmens und die Qualität der Serviceleistungen aller Mitarbeiter in den internen und externen Beziehungen zu erhöhen.

ERFOLG GEMEINSAM GESTALTEN .



REFERENTEN & PARTNERINNEN

WOLFGANG D. WAGNER



Schwerpunkte:

Internationale Seminare:

Mitarbeiterführung, Personalentwicklung, Konfliktmanagement sowie **Coaching** für Existenzgründer und bei Betriebsübernehmern u.a. im Auftrag der Bayerischen Industrie- und Handelskammern.

Er ist Inhaber international anerkannter Trainer-Lizenzen, „Certified Human Resources Manager“ und „Qualitätsmanagement-Berater“, sowie Gastreferent an den Tourismusschulen der Österreichischen Wirtschaftskammern.

Vor der Gründung der TARGET CONCEPT GMBH im Jahr 1991 war er über 10 Jahre als Director Human Resources für das gesamte Personalmanagement eines weltweiten Dienstleistungskonzerns für Mittel- und Osteuropa verantwortlich.

ULRIKE WAGNER



Verkauf und Kommunikation – das A + O des Erfolgs

Seit 1994 sind ihre Spezialgebiete das Erstellen von Marketing- und Verkaufsstrategien, sowie die Konzeption und Durchführung von Seminaren und individuelles Coaching. Themenschwerpunkte: Verkauf, Marketing, Kommunikation und ganzheitliche Führungskompetenz. Zu ihren Kunden zählen Touristik- und Hospitality-Unternehmen ebenso wie Telekommunikations-, IT-, oder Automobil-, Dienstleistungs-, Produktions- und Handelskonzerne im In- und Ausland.

Sie ist Inhaberin internationaler Trainerlizenzen, Dipl. Bildungsmanager, zertifizierter Service-Qualitätscoach und Absolventin der Cornell University School of Administration.



CLAUDIA-MARIA VEIGL
MAGISTRA DER BETRIEBSWIRTSCHAFT UND WIRTSCHAFTSCOACH

20 Jahre erfolgreiche Human Resources Managerin und Consultant im Spannungsfeld zwischen Mitarbeiter –und Organisationsentwicklung in Kombination mit innovativer "hands on" Lösungsfindung ergeben: Trainerin und Coach "mit Herz und Hirn".

Schwerpunkte:
Kompetenzmanagement, Nachfolgeplanung, MitarbeiterInnen-Gespräche, Performance Management, Strategie- und Ziele-Workshops, Teamentwicklung und -führung

.....UNTERSTÜTZTDURCH EIN TEAM FREIER TRAINERINNEN



KARIN THEEGARTEN

Karin Theegarten ist darauf spezialisiert, Unternehmen der Konsumgüterbranche auf die Zukunft vorzubereiten, eine Grundvoraussetzung, um langfristig erfolgreich und profitabel zu sein.



SUSI HEINZ, MAGISTER DER PHILOSOPHIE

Autorin, Filmproduzentin und Regisseurin und mit eigener Filmproduktionsfirma www.govision.tv mit Sitz südlich von München.

Spezialisiert auf Business Movies:
Industriefilme, Messespots, Produktvideos.

.. DR. URSULA DIEPOLDER...THOMAS FÜHRBRINGER...SABINE SCHWIND VON EGELSTEIN...



GLOBALER ANSATZ

WELTWEITE EINFÜHRUNG VON WEITERBILDUNGS-KONZEPTEN

Viele weltweit tätige Unternehmen bauen globale Strategien auf, während sie ihre lokale Präsenz nicht vernachlässigen dürfen. Wir unterstützen Ihre Mitarbeiter dabei, den weltweiten Fokus, den sie für die Umsetzung dieser Strategie benötigen, weiter zu fördern.

Die Kommunikation unserer international tätigen Kunden wird dadurch geprägt, Termine und Informationen mit Kollegen irgendwo auf der Welt auszutauschen. Globales Geschäftsverständnis und Kommunikationsfähigkeit sind nicht nur für Ihre leitenden Mitarbeiter ausschlaggebend – sie sind auch in den meisten Abteilungen und Funktionen Ihres Unternehmens gefordert.

Viele Unternehmen suchen nach den besten Wegen, wie sie sich auf globaler Basis darstellen und doch auf ständige Veränderungen im lokalen Markt reagieren zu können. Wenn Unternehmen weltweit erfolgreich sein möchten, müssen sie Mitarbeiter befähigen, diese multinationalen Strategien auszuarbeiten und einzuführen.

Target Concept hat umfangreiche Geschäftserfahrung mit international und weltweit tätigen Unternehmen und Entwickeln von ganzheitlichen Programmen, die multikulturelle Geschäftsaspekte berücksichtigen. Wir haben diesen dringenden Bedarf verstanden und können Ihnen zeigen, wie kulturelle Unterschiede überbrückt und genutzt werden können, um Spitzenleistungen weltweit zu erzielen. Wir erarbeiten mit Ihnen ein Konzept zum Verständnis globaler Zusammenhänge und liefern substantielle und anwendbare Werkzeuge, die Ihren Mitarbeitern helfen, Ihre internationalen Zielvorstellungen zu erreichen.



ERFOLG FÜR UNSERE KUNDEN - IHR VORTEIL:

- ▶ **Intensive Vorabgespräche** mit unseren potenziellen Auftraggebern zur Festlegung der Ziele und Vorgangsweisen.
- ▶ **Vorort-Recherche durch die Trainer / Berater** für individuelle Lösungsansätze.
Sie erhalten grundsätzlich keine Standardlösungen für Ihre Einzelsituationen, da nur eine ganzheitliche Betrachtungsweise den langfristigen und nachhaltigen Erfolg sicherstellt.
- ▶ **Branchenspezifische und länderübergreifende Angebote** erhalten Sie von unseren internationalen Partnern, um so den globalen Anforderungen gerecht zu werden.
- ▶ **Detaillierte transparente Angebote** für Ihre Budgetsicherheit.
- ▶ **Sie können sich auf unsere Verschwiegenheit** verlassen. Wir behandeln das, was wir bei unseren Kunden sehen und hören, streng vertraulich.
- ▶ **Kein Maßnahmenkatalog** als Abschluss eines Projektes.
Wir unterstützen die die Arbeit unserer Kunden durch regelmäßigen Gedankenaustausch und individuelle Betreuung, sodass eine erfolgreiche Umsetzung und Anwendung der vereinbarten Maßnahmen in der Praxis gewährleistet ist.
- ▶ **E-Learning, blended E-Learning**, Webinars, After Work oder Early Bird..... sind einige der möglichen Seminarmodelle, die sich an den zeitlichen Anforderungen unserer Kunden orientieren.



THEMENSCHWERPUNKTE DER SEMINARE

Unter drei Themenbereichen

MANAGEMENT & FÜHRUNG

VERKAUF / VERTRIEB & MARKETING

KOMMUNIKATION & SERVICE

finden Sie eine Reihe an Seminar-Inhalten, die sich an den Anforderungen und Wünschen unserer Kunden praxisgerecht orientieren.

Die Target Concept Seminare oder Workshops können Bestandteil eines ganzheitlichen Entwicklungs- oder Veränderungsprozesses sein aber auch als Einzelmaßnahme für mehrere Mitarbeiter eines Unternehmens, und ergänzt durch individuelles Coaching, geplant werden.

Die Themen dieser Broschüre werden in offenen Seminaren in Deutschland, der Schweiz und Österreich durchgeführt.

Gleichzeitig bilden sie die Grundlage für firmeninterne Seminare, die unter Berücksichtigung unternehmerischer Ziele, Werte und Besonderheiten entwickelt und angepasst werden können.



SEMINAR-THEMEN

MANAGEMENT & FÜHRUNG

DAS MITARBEITERGESPRÄCH ALS FÜHRUNGSINSTRUMENT

Zielvereinbarungen & konstruktive Kritik

BEWERBERAUSWAHL DURCH PROFESSIONELLE INTERVIEWS

Von Anforderungsprofil bis Zeugnissprache

ZUKUNFT PLANEN – ZIELE FESTLEGEN – ZEIT MANAGEN

Berufliche und private Ziele und Planung in Balance bringen

KONFLIKTMANAGEMENT - CHANCEN ZUR TEAMENTWICKLUNG

Konflikt - Konsens - Kooperation - Kompetenz

GANZHEITLICHE FÜHRUNGSKOMPETENZ

Die Führungskraft im Spiegel von Eigen- und Fremdwahrnehmung

ZUKUNFTSMANAGEMENT

Veränderungen frühzeitig erkennen und Chancen nutzen

DAS BERATER 1 X 1

Beraterfähigkeiten entwickeln oder verbessern um mit Kunden und Kollegen effektiver zusammen zu arbeiten

VERHALTENSSTILE

Steigerung der sozialen Kompetenz durch Flexibilität

INTERKULTURELLE KOMPETENZ

Kommunikation im Spannungsfeld globaler Beziehungen



DAS MITABEITERGESPRÄCH ALS FÜHRUNGSINSTRUMENT ZIELVEREINBARUNGEN UND KONSTRUKTIVE KRITIK

IHR NUTZEN:

Durch die klare Strukturierung dieser Gespräche werden Sie erfahren, dass auch mit schwierigen Mitarbeitern die Situation für beide Beteiligte erfolgreich gemeistert werden kann. Dadurch können Sie auch die Interaktion mit Ihren Mitarbeitern auf einer „win – win“ – Basis führen.

ZIELSETZUNG:

Unterschiedliche Situationen in der Arbeitswelt erfordern entsprechende Führungsgespräche des/der Vorgesetzten mit seinem/ihrer Mitarbeiter/in. Abteilungsleiter und Management werden mit einem Konzept gezielter Mitarbeitergespräche über Zielvereinbarungen und Mitarbeiter-Beurteilungen vertraut gemacht.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Das Konzept enthält die drei wesentlichen psychologischen Elemente der Gesprächsführung

- Selbstwertgefühl erhalten
 - Aktives Zuhören
 - Einbeziehung des Mitarbeiters
- zum gemeinsamen Erfolg.
- Planung und Vorbereitung der Gespräche
 - Gesprächsatmosphäre
 - Beurteilungskriterien und – formen
 - Unterschiede in der Beurteilung von Leistung und Verhalten
 - Einwandbehandlung
 - Zielvereinbarung vs. Zielsetzung
 - Einhalten von Vereinbarungen und Unterstützung durch den Vorgesetzten
 - Coaching zur Erreichung der Zielvereinbarungen

METHODIK:

Trainer-Input, Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Erfahrungsberichte, Diskussionen, Feedback, Checklisten, Modellfilm, Transfervorbereitung

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



BEWERBERAUSWAHL DURCH PROFESSIONELLE INTERVIEWS VON ANFORDERUNGSPROFIL BIS ZEUGNISSPRACHE

IHR NUTZEN:

Sie werden in der Lage sein, anhand der Praxisübungen zukünftig die korrekten Entscheidungen anhand vorhandener Fakten zu treffen.

Bei der Anwendung in der Praxis werden durch den Ausschluss unqualifizierter Bewerber unnötige Bewerbungs- und Folgekosten vermieden.

ZIELSETZUNG:

Leitende Mitarbeiter und Abteilungsleiter, die regelmäßig vor der Aufgabe stehen, den/die "richtige/n" Bewerber/in für die zu besetzende Position einzustellen, haben sehr oft nur zwei Alternativen:

- ① es gibt keine Auswahl und als Notlösung wird jemand mit wenig Qualifikation akzeptiert, oder
- ② es gibt eine Vielzahl von Bewerbern, aus denen der oder die „Ideale“ herausgefiltert werden soll.

Die Teilnehmer werden die Wichtigkeit von verschiedenen Planungsinstrumenten und Vorgangsweisen bei der Personalsuche und -auswahl erkennen und anwenden lernen. Sie werden das Interview mit den Bewerbern zielbewusst steuern, um alle relevanten Fakten zur Entscheidungsfindung zu erhalten.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Um von vornherein einige Unsicherheitsfaktoren auszuschließen und eine unvoreingenommene Vorauswahl zu ermöglichen, lernen die Teilnehmer

- ein Anforderungsprofil zu erstellen,
- dies mit den Qualifikationen des/der Bewerber/in zu vergleichen,
- die Bewerbungsunterlagen zu analysieren,
- die „Zeugnis-Sprache“ zu interpretieren,
- sowie anhand von Rollenspielen strukturierte Interviews zu führen.

Als Zusammenfassung werden Auswahlkriterien festgelegt.

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Einzel- und Gruppenarbeiten, Diskussionen, Modellfilm, Rollenspiele, konstruktive Kritik.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 ½ TAGE



ZUKUNFT PLANEN – ZIELE FESTLEGEN - ZEIT MANAGEN BERUFLICHE UND PRIVATE PLANUNG UND ZIELE IN BALANCE BRINGEN

IHR NUTZEN:

Bereits während des Seminars können Sie entscheiden, ob und wie weit Sie erste Schritte zur Veränderung einleiten wollen und diese durch konkrete Vereinbarungen dann auch umsetzen werden. Konsequenter angewandt, wird dies einen nachhaltigen, positiven Effekt auf Ihr privates und berufliches Umfeld haben.

ZIELSETZUNG:

Effektives Zeitmanagement basiert auf zwei Grundkomponenten:

- der persönlichen Einstellung und
- der Planungstechnik.

Beide Bereiche werden im Seminar ausführlich analysiert und den Teilnehmern verschiedene Möglichkeiten der Selbstorganisation zur Umsetzung in die tägliche Praxis aufgezeigt.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Dies beinhaltet

- persönliche, berufliche und private Zielsetzungen
- kurz- und langfristige Planungskonzepte
- Erkennen der Zeitfresser
- Tages-Leistungs-Rhythmus
- Delegation von Aufgaben
- Reduzierung von Störfaktoren
- Stressabbau durch Entspannungstechniken

METHODIK:

Trainer-Input , Präsentationen, geführte Meditation, Entspannungstechniken, Einzel- und Gruppenarbeiten, Checklisten, Modellfilm, Erfahrungsberichte

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 ½ TAGE

**KONFLIKTMANAGEMENT - CHANCEN ZUM TEAMBUILDING
KONFLIKT - KONSENS - KOOPERATION - KOMPETENZ****IHR NUTZEN:**

Konflikte können von Ihnen durch zeitgerechte Behandlung und Einbeziehung der Beteiligten zur Lösungsfindung so erfolgreich behandelt werden, dass diese zukünftig nicht als bedrohlich, sondern förderlich für Ihre Zusammenarbeit gesehen werden.

ZIELSETZUNG:

Unterschiedliche Meinungen, Einstellungen, Verhaltensweisen, Interessen sind immer vorhanden und nur natürlich, wenn Menschen zusammentreffen. Wenn dieses Potenzial jedoch nicht dazu verwendet wird, die gemeinsamen Ziele zu erreichen, können Konflikte entstehen. Die Teilnehmer werden erkennen, dass sie durch rechtzeitiges Diagnostizieren der unterschiedlichen Konfliktsituationen und Verwendung der geeigneten Lösungsstrategien zur Weiterentwicklung ihres Teams beitragen können.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Ursachen und Entstehung von Konflikten
- Innere Konflikte
- Persönliche Einstellung zu Konflikten
- Konfliktverhalten des Konfliktpartners
- Konflikte als Chance
- Kreative Strategien zur Konfliktlösung
- Abwehrmechanismen
- Umgang mit Emotionen und Eskalationen
- „Win-Win“ – Situationen
- Moderationstechniken

Die Teilnehmer werden persönlich erlebte oder zu bearbeitende Situationen aus ihrem Arbeitsumfeld einbringen, diskutieren und die für diese Situation geeigneten Methodik zur Konfliktlösung erarbeiten.

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Selbsteinschätzung, Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Diskussionen, Modellfilm

TEILNEHMER: 10**DAUER:** 2 TAGE



GANZHEITLICHE FÜHRUNGSKOMPETENZ DIE FÜHRUNGSKRAFT IM SPIEGEL VON EIGEN- & FREMDWAHRNEHMUNG

IHR NUTZEN:

Die Teilnehmer lernen ihre Wirkung auf andere zu optimieren, ihr Leistungspotenzial auf das wirklich Wichtige zu konzentrieren und ihre Kreativität gezielt einzusetzen.

Sie lernen Konflikte als Katalysator für Veränderungen zu sehen und mit Problemfeldern positiv umzugehen.

ZIELSETZUNG:

Wer Führungskompetenz will, muss Führungspersönlichkeit haben. Dieses Seminar bietet die Grundlage für einen Prozess der Persönlichkeits-Entwicklung über Fremd- und Eigeneinschätzung innerhalb verhaltenswissenschaftlich abgesicherter Führungsmodelle kennen zu lernen.

Wer andere zum Erfolg führen will, muss bei der Führung der eigenen Person beginnen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Themenschwerpunkte:

- Ganzheitlich führen
- Persönlichkeitsstruktur
- Der persönliche Führungsstil
- Kommunikation und Gesprächsführung
- Konfliktmanagement
- Chancen der teamorientierten Zusammenarbeit
- Mitarbeiter zu engagierten Mitgestaltern motivieren

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input, Einzel- und Gruppenarbeiten, Auswertung von persönlichen Daten der Lerninstrumente, Diskussionen, Vergleiche der eigenen und Management-Methodik Anderer aus unterschiedlicher Wahrnehmung, Transfervorbereitung.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



ZUKUNFTSMANAGEMENT VERÄNDERUNGEN FRÜHZEITIG ERKENNEN UND CHANCEN NUTZEN

IHR NUTZEN:

- Sie bekommen einen umfassenden Einblick in die für Ihre Branche relevanten Zukunftstrends und deren Auswirkung auf Gesellschaft, Märkte und Konsumenten und leiten daraus Chancen und Risiken für Ihr Unternehmen ab.
- Sie erlernen die Methodik des Zukunftsmanagements und trainieren den Zukunftsmanagementprozess in der konkreten Anwendungen.
- Sie generieren mit Hilfe neuer Denkmodelle erste Ideen für neue Geschäftsfelder und Produkte.

ZIELSETZUNG:

Der Übergang von der Industrie- in die Wissensgesellschaft verändert die Gesellschaft und die Märkte grundlegend:

- Die Konsumenten werden immer unberechenbarer und bekommen eine nie dagewesene Macht.
- Neue Technologien und Geschäftsideen zwingen ganze Branchen, ihr Business-Modell zu verändern.
- Die heutigen Schwellenländer werden zum Motor des Konsumzuwachses.

Erfolgreiche Unternehmen verstehen es, Marktentwicklungen frühzeitig zu erkennen und ihre Strategie darauf abzustimmen. Wie können sie geeignete Strategien entwickeln und Märkte gestalten, während den Mitbewerbern nur noch Zeit zum Reagieren bleibt? Die Lösung heißt Zukunftsmanagement.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Die wesentlichen Marktveränderungen und ihre Hintergründe
- Die Systematik der Trends
- Die aktuellen Megatrends und ihr Einfluss auf die gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung
- Konsumententrends als Wegweiser zu erfolgreichen Produkten und Dienstleistungen
- Der strategische Umgang mit Trends
- Mit neuen Denkmodellen zu echten Innovationen
- Die Methodik des Zukunftsmanagements und ihr Einsatz in der Praxis
- Intensives Training des Zukunftsmanagementprozesses
- Analyse erfolgreicher Geschäftsmodelle aus unterschiedlichen Branchen und ihre Erfolgskriterien

METHODIK:

Trainer-Input, moderierte Diskussionen, Best Practice Beispiele, Praxisübungen

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



INTERKULTURELLE KOMPETENZ KOMMUNIKATION IM SPANNUNGSFELD GLOBALER BEZIEHUNGEN

IHR NUTZEN:

In der globalisierten Arbeitswelt ist interkulturelle Kompetenz eine Schlüsselqualifikation der „Global Player“. Sie erfahren die Wirkung der eigenen Verhaltensweisen auf ausländische Geschäftspartner und werden Kommunikation, die Missverständnisse hervorrufen können, zukünftig vermeiden.

ZIELSETZUNG:

Den Kulturkreis wählen Sie! Asien ist ein nicht nur wachsender, sondern auch besonders vielfältiger Markt. USA – Baseballmützen und American Football, gibt es so etwas wie eine amerikanische Kultur? Kennen Sie Russland, Kirgisistan, Usbekistan und die weiteren neun Republiken der GUS-Staaten? Was verbindet sie miteinander?

Ziel des Seminars ist es, Hintergrundwissen über die entsprechenden Länder und Einblicke in fremde Denk- und Handlungsweisen zu vermitteln. Es soll Anstoß geben, Vorurteile abzubauen und eigene Deutungen zu reflektieren.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Was ist „typisch deutsch“?
- Wahrnehmung der eigenen Stärken und Schwächen im Auftreten und deren Wirkung
- Wirkungsfaktoren Sach- und Beziehungsebene
- Unterschiedliche Körpersprache
- Kennen und vermeiden von typischen Fettnäpfchen
- Wer sind unsere Kunden, warum sind unsere Kunden wie sie sind und was erwarten Sie von uns?
- Sensibilisierung für andere Kommunikations-Kulturen
- Sitten und Gebräuche
- Respekt als Mittel der Völkerverständigung

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Gruppenarbeiten, Einzelarbeiten.
Dieses Seminar wird mit einem deutschen und einem Trainer aus dem jeweiligen anderen Kulturkreis durchgeführt.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 Tage



SEMINAR-THEMEN

VERKAUF/VERTRIEB & MARKETING

- AKQUISITION - ERFOLGREICH & SYSTEMATISCH NEUKUNDEN GEWINNEN**
Recherche - telefonischer Erstkontakt – Verkaufsgespräch-Direct Marketing
- VERKAUF AM TELEFON UND PER E-MAIL**
Wie viel Geld verlieren Sie im ersten Kundenkontakt?
- VERKAUFEN DURCH BERATEN**
Kundenorientiertes Verkaufen
- VERKAUFEN FÜR TECHNIKER**
Fit als Verkäufer von Technik & Service
- STRATEGISCHES VERKAUFEN AN KEY-ACCOUNTS**
Erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement
- NEGOTIATING TO YES (HARVARD-KONZEPT)**
Durch positives Verhandeln Ergebnisse erzielen und Beziehungen aufrecht erhalten
- VERKAUFSPRÄSENTATION & VERHANDELN MIT GRUPPEN**
Sicher präsentieren und verhandeln
- ERFOLGREICH AUF MESSEN**
Konzeption –Organisation – Präsentation
- VERKAUFS-COACHING / HIGH PERFORMANCE COACHING SERVICES**
On-the-Job-Training, individuell und in Mini-Gruppen
- THE VERSATILE SALESPERSON**
Develop a results-oriented Communication Style for working effectively with different Customers



AKQUISITION – ERFOLGREICHE & SYSTEMATISCHE NEUKUNDENGEWINNUNG – RECHERCHE – TELEFONISCHER ERSTKONTAKT – VERKAUFGESPRÄCH – DIRECT MARKETING

IHR NUTZEN:

Die Selektion der Kunden, für die Sie interessant sind und die wiederum richtig für Sie sind, wird zukünftig strukturierter und zeit- und energiesparender getroffen werden.

Sie lernen die Einflussfaktoren bei der Neukundengewinnung im Bereich Vorbereitung und Durchführung kennen und nutzen.

ZIELSETZUNG:

Der Stellenwert von Direct Marketing-Aktionen innerhalb der gesamten Marketing-Strategie eines Unternehmens bzw. bei der Neukundenakquisition sowohl am Telefon als auch im persönlichen Gespräch wird den Teilnehmern bewusst. Die konzeptionelle Planung des Zeitpunkts, der Inhalte, und des praktischen Ablaufs der verschiedenen Module und deren Auswirkung auf das Erreichen der festgelegten Ziele wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Akquisitions-Ziele und –Strategie
- Auswahl der Zielgruppe
- Klassische Internetportale
- Identifizierung der Entscheider
- Festlegung von Zielen einer Direct Marketing-Aktion
- Budgeterstellung
- Erarbeitung von verkaufsorientierten Mailing-Pieces
- Zielorientierte Vorbereitung des telefonischen Erstkontaktes
- Leitfaden zur Telefonakquisition
- Strukturierung des Verkaufsgesprächs (telefonisch oder persönlich)
- Organisation der Nacharbeit

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input, Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele mit konstruktiver Rückmeldung.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



VERKAUF AM TELEFON – UND PER E-MAIL WIEVIEL GELD VERLIEREN SIE IM ERSTEN KUNDENKONTAKT?

IHR NUTZEN:

Sie erhalten grundlegende Kenntnisse über das richtige Verhalten am Telefon, die Rolle des Telefons und der Internet-Kommunikation innerhalb der Marketingstrategie des Unternehmens. Der Stellenwert des professionellen Einsatzes und der Anwendung des Verkaufsinstruments Telefon wird bewusst.

ZIELSETZUNG:

Die richtige Gesprächspartner- und Bedarfsermittlung, Terminvereinbarung und das telefonische Verkaufsgespräch werden zur Selbstverständlichkeit. Die Teilnehmer erlangen Sicherheit bei Preisverhandlungen und die Fähigkeit, höhere Preise, Mengen und Zusatzleistungen zu verkaufen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Wie werde ich zum kompetenten Gesprächspartner?

Rhetorik am Telefon & allgemeine Telefonregeln

Sind Sie ein guter Zuhörer?

in-bound – das hereinkommende Telefongespräch

- Verkauforientierte Bestellungen- /Buchungsannahme
- Kundenspezifische Beratung
- Reklamationsbehandlung

out-bound – das selbst initiierte Telefongespräch

- Neukundengewinnung
- Marktforschung / Bedarfsanalyse / Wecken von Interesse
- Zielgruppenorientierte Produkt- und Service-Präsentation
- Das telefonische Verkaufsgespräch versus der Terminvereinbarung
- Vorbereitung auf Einwände und Preisverhandlung
- Telefonisches F'up auf Angebote und Mailings

Do's and Dont's per e-mail

METHODIK:

Eine Kombination aus einem themenbezogenen Training als Vorbereitung und anschließendes Coaching gewährleisten bei geringem Zeitaufwand bestmöglichen Erfolg und effiziente Ergebnisse.

Trainer-Input, Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele mit Telefontrainer, konstruktiver Rückmeldung, Modellfilm, Erstellung eines individuellen Telefon-Skripts.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



VERKAUFEN FÜR TECHNIKER FIT ALS VERKÄUFER VON TECHNIK & SERVICE

IHR NUTZEN:

Wie Sie als Spezialist auch „Nicht-Techniker“ für beratungsintensive Produkte begeistern und ihren Nutzen verdeutlichen und wie Sie als Supportmitarbeiter Zusatzverkäufe initiieren.
Wie Sie als „Nicht-Verkäufer“ Spaß am Verkaufen erlangen.

Sie werden Sicherheit in der Gestaltung des Kundengesprächs erhalten.
Kundenanalyse, Kommunikationsstil, Entscheidungskriterien, die Fähigkeit, körpersprachliche und rhetorische Signale besser zu erkennen, lassen Sie das Verkaufsgespräch zielorientiert steuern.

ZIELSETZUNG:

Warum verstehen Techniker Nicht-Techniker manchmal nichtund umgekehrt?
Ihr persönliches Interesse am Kunden und Ihre Flexibilität auf seine Bedürfnisse einzugehen und SEINE Sprache zu sprechen wird Barrieren abbauen und ein positives Klima für das professionelle Verkaufsgespräch schaffen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Grundlagen der Verkaufskommunikation & der Gesprächs-Dramaturgie
- Voraussetzungen für Vertriebsmitarbeiter mit technischer Ausbildung
- Aufbauen von Beziehung und Vertrauen, was interessiert den Kunden wirklich?
- Einfach fragen...vom Monolog zum Dialog
- Kaufmotive als Schlüssel zum Verkaufserfolg
- Erklärungsbedürftige Produkte & Serviceleistungen kundenorientiert präsentieren
- Wo liegt der Nutzen? Wie sieht die Lösung aus?
- Welchen Zusatznutzen hätte der Kunde, wenn...? ..und durch welche Serviceleistung...?
- Vorbereitung auf schwierige Preisgespräche und mögliche Einwände
- Kunden-Bindung (-Programme), Überprüfung der Kundenzufriedenheit

METHODIK:

Trainer-Input, Verhandlungs- und Argumentationstraining mit Übungen aus Praxisfällen, Gruppenarbeiten, Video-Selbstkontrolle mit konstruktiver Rückmeldung, Modellfilm.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 Tage



STRATEGISCHES VERKAUFEN AN KEY-ACCOUNTS ERFOLGREICHES KUNDENBEZIEHUNGSMANAGEMENT

IHR NUTZEN:

Verkaufsführungskräfte und Vertriebsmitarbeiter lernen das notwendige Know-how, um langfristige Partnerschaften mit Key-Accounts auf- und auszubauen. Sie analysieren die bestehenden Geschäftsbeziehungen und schöpfen durch Entwicklungspläne Kundenpotenziale optimal aus.

ZIELSETZUNG:

Wie werden griffige Verkaufsmanagementkonzepte in Einklang mit der Gesamtstrategie gebracht? Mit Hilfe strategischer Analysetools und praxiserprobter Methodik zur Kundenentwicklung werden Sie zukünftig gezielt bestehende Geschäftskontakte pflegen und neue Key-Accounts gewinnen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Ziele des Key- Account-Managements
- Anforderungen an den KAM
- Vorteile des Beziehungsmanagements

Bewertung und Analyse der Schlüsselkunden

- Das Kundenportfolio erstellen
- Key-Account Analyse
- SWOT Analyse
- Die Rolle des Kaufbeeinflussers & Kaufentscheiders
- Den Verhaltens- und Verhandlungsstil des Kunden erkennen
- Verkaufsstrategie und Beziehungsmanagement entwickeln

Aktivitätenplanung und Zielsetzung

- Struktur eines KAM-Plans
- Zielvorgaben bezüglich Ergebnis, Marktanteil, Kundenzufriedenheit
- Strategische Entscheidungen über Qualitäts-, Kommunikations-, Preis- und Vermarktungspolitik

METHODIK:

Präsentationen, Diskussionen, praxisorientierte Übungen, Einzel- und Gruppenarbeiten

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 Tage



VERKAUFSPRÄSENTATION UND VERHANDELN MIT GRUPPEN SICHER PRÄSENTIEREN UND VERHANDELN

IHR NUTZEN:

Sie gewinnen Sicherheit vom Start weg alle Partner (Kunden) in Ihre Präsentation mit einzubeziehen. Die professionelle, zielgruppenrelevante (Power-Point)-Präsentation ist die Grundlage, das Eingehen auf die Gruppe und Steuern des Verhandlungsprozesses sind die Erfolgsfaktoren.

ZIELSETZUNG:

Für die „kleine“ Präsentation am Konferenztisch bietet dieses Seminar drei Schwerpunkte:

- Den eigenen Kommunikationsstil und den der Kunden (Gruppe) zu identifizieren und durch persönliches Eingehen darauf, das Gesprächsklima zu entspannen.
- Die Verkaufs-Präsentation auf die Bedürfnisse der Kunden und deren Erfolgsfaktoren abzustimmen, und
- Verhandlungsoptionen in eine „Win-Win“-Situation zu verwandeln.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Der erste Eindruck; was löst ihn aus und wie können Sie ihn beeinflussen?
- Erkennen der verschiedenen Persönlichkeits- und Kommunikationsstile
- Zielgruppenrelevante Verkaufspräsentation
- Chancen und Risiken einer Multimedia-Präsentation
- Körpersprachliche Signale der Teilnehmer während der Präsentation erkennen und nutzen
- Dialogorientierte Gesprächsführung als Alternativen zum Feilschen um Positionen
- Die Interessen aller Beteiligten miteinbeziehen
- Entwicklung von Optionen und zielbewusst Ergebnisse ansteuern

METHODIK:

Trainer-Input, Präsentationen, Diskussionen, praxisorientierte Übungen, Video-Training, Modellfilm.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 Tage



ERFOLGREICH AUF MESSEN KONZEPTION – ORGANISATION – PRÄSENTATION

„Verkaufen ist die Pflicht des Marketing, die Messe ist die Kür.“

IHR NUTZEN:

Nach diesem Workshop werden Sie in der Lage sein, Ihren Messeauftritt hervorragend zu konzipieren, zu planen, zu organisieren, sodass Ihr Unternehmen nicht nur professionell während der Messe präsentiert wird, sondern auch optimale Verkaufserfolge erzielt.

ZIELSETZUNG:

„Messe ist die höchstmögliche Konzentration von Angebot und Nachfrage – auf engstem Raum – in kürzester Zeit“ .
Karl-Ferdinand von der Heyde

Die Teilnehmer werden erkennen, welche „Kleinigkeiten“ für den Erfolg oder Misserfolg einer Messebeteiligung ausschlaggebend sind.

Die Entscheidung über die Teilnahme an einer Messe bis zur Organisation und Durchführung kann so auf Grund von praxisnahen Beispielen und Checklisten kompetent getroffen werden.

Es werden die Grundlagen zum Training und zur Führung des eigenen Standpersonals vermittelt.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Messearten und Messeformen - Die Messe als Marketing-Instrument
- Vorbereitung und Planung einer Messebeteiligung
- Werbung vor und während der Messe
- Begleitende Pressearbeit
- Der Messestand & die Standkoordination
- Training der Mitarbeiter
 - Die Ziele kennen
 - Die Besucher kennen
 - Die eigene Rolle kennen
- Messe-Erfolgskontrolle & Follow-up's

METHODIK:

Trainer-Input, Präsentationen, Lehrfilm, Vortrag, Diskussionen, Gruppenarbeiten

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 Tage



VERKAUFS-COACHING / HIGH PERFORMANCE COACHING SERVICES INDIVIDUELL ODER IN MINI-GRUPPEN

IHR NUTZEN:

Ihre Gespräche im persönlichen Kundenkontakt, im Unternehmen, auf der Messe, oder am Telefon werden aufgrund ganz gezielter Beobachtungen analysiert, und Sie haben die Möglichkeit, Ihre persönlichen Erkenntnisse bereits im nächsten Kontakt umzusetzen.

Dies bedeutet für Sie optimale, individuelle Förderung und Erhöhung Ihres Erfolgspotenzials.

ZIELSETZUNG:

Durch die individuelle Förderung einzelner Potenziale wird sichergestellt, dass die Erreichung der Zielvereinbarungen des Teams, der Abteilung, des Unternehmens gewährleistet ist.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Individuelles Coaching von kleinen Gruppen oder einzelner Mitarbeiter im normalen Tagesgeschehen.

Je nach Zielsetzung werden die Mitarbeiter bei ihrer Tätigkeit begleitet.

Das kann sein....

- das richtige Verhalten bei eingehenden Telefongesprächen
- das selbst initiierte Telefongespräch
- Verkauf oder Terminvereinbarung –
- das erste persönliche Kundengespräch – die Bedarfsanalyse,
- das Verkaufsgespräch oder
- die Präsentation – vor einer Gruppe oder auf der Messe.

Das kann sein...

- der Aufbau eines Verkaufsbüros
- die Organisation und Durchführung von Messen oder Promotions.

Eine Kombination aus einem themenbezogenen Training als Vorbereitung und anschließendem Coaching gewährleisten bei geringem Zeitaufwand bestmögliche Ergebnisse.

METHODIK:

Einzel- und kleine Gruppen-Betreuung, Selbstkontrolle, Telefon- oder Videoaufzeichnung



SEMINAR-THEMEN

KOMMUNIKATION & SERVICE

SELBSTMARKETING –

Das A & O Ihres (Geschäfts-) Erfolge

KOMMUNIKATION & KOOPERATION

Teambuilding – ICH – DU – WIR

KOMMUNIKATION & PERSÖNLICHKEITSPROFILE

Der erste Eindruck - und dann...

SERVICEMANAGEMENT AM TELEFON

Für den Kunden sind SIE das Unternehmen

BESCHWERDEMANAGEMENT – REKLAMATION ALS CHANCE

Wer hört schon gerne Beschwerden? – Wir!

PRÄSENTORIK – PRÄSENTATIONEN DIE BEGEISTERN

mit klassischen und modernen Medien professionell planen,
gestalten und durchführen

SIGNATURE SERVICES –

Der Schlüssel zur Kundenzufriedenheit

DIE SCHREIBWERKSTATT – KUNDENORIENTIERTE MODERNE KORRESPONDENZ

Der Brief – Die E-Mail
Anfragenbeantwortung – Angebotsgestaltung
Kundenmailing – Newsletter – Pressemitteilung

TELE –COACHING

In-bound & Out-bound Gespräche
Mögliche Kombination von Coaching & Seminar



SELBSTMARKETING

DAS A & O IHRES (GESCHÄFTS-)ERFOLGS

IHR NUTZEN:

Wie gut Sie sich bereits heute präsentieren und „vermarkten“ und was Sie verbessern sollten, können Sie in diesem Seminar herausfinden. Gute Leistung alleine reicht nicht aus um erfolgreich zu sein. Dies gilt für den privaten Bereich ebenso wie für den Beruf.

Sie werden erfahren wie Sie organisatorisch an Ihr Selbstmarketing heran gehen, die dazu passenden Werkzeuge kennen lernen und festlegen, sowie ggf. persönliche Hemmschwellen überwinden.

ZIELSETZUNG:

Sie können sich im Beruf, bei den Kollegen, in der Familie oder im Freundeskreis nicht so durchsetzen, wie Sie es sich wünschen? Sie wissen eigentlich nicht genau, wie Sie Ihr Umfeld wahrnimmt?

Sie möchten sich beruflich verändern? Sie starten gerade Ihr eigenes Unternehmen und wissen nicht wirklich, wie Sie die Kunden kontaktieren, die auch zu Ihnen passen?

Oder Sie sind ganz zufrieden, möchten aber mit weniger Aufwand bessere Ergebnisse zu erzielen?

Wer Erfolg haben will, muss ihn sich holen - und seine Fähigkeiten gekonnt präsentieren.

Ziel dieses Workshops ist es, in verschiedenen Bausteinen das für Sie beste Konzept für Ihren Erfolg zu erarbeiten.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Selbstmarketing: was ist das eigentlich?
- Der Mensch als Marke -Selbstpräsentation
- Selbstmotivation und Konsequenz - Ziele formulieren!
- Persönlicher Verhaltensstil - muss ich extrovertierter werden?
- Vor- und Nachteile verschiedener Medien
- Welche Netzwerke können mir helfen?
- Soll ich einen Fachartikel schreiben?
- Wie forcieren ich mein Referenzmarketing?
- Erstellung eines Marketing-Plans /Budgets
- Erarbeiten von Mailingaktionen, Brief- / E-Mail Marketing, Internetportale
- Leitfaden für die Akquise

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input, Diskussionen und Erlebnisberichte, Rollenspiele mit Video-Selbstkontrolle
Übungen anhand der Praxisfälle, Einzel- und Gruppenarbeiten.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE

**KOMMUNIKATION - KOOPERATION - TEAMBUILDUNG
ICH - DU - WIR**

Wenn Mitarbeiter gefragt werden, was sie als das größte "Problem" innerhalb ihres Unternehmens betrachten, antworten die meisten "Kommunikation" und "Zusammenarbeit als Team".

IHR NUTZEN:

Die Erfahrungen aus dem Workshop können Sie sofort in die Praxis transferieren, sodass eine Verbesserung der Kommunikation und Kooperation innerhalb und zwischen den Abteilungen erreicht wird.

ZIELSETZUNG:

Dieser Workshop bricht mit der Art der traditionellen Kommunikations-Seminare. Von Beginn an merken die Teilnehmer in einer Folge von Aktivitäten, dass, um wirklich erfolgreich zu sein, man gegenseitiges Vertrauen aufbauen muss.

Des weiteren werden solche Aspekte wie persönliche Enttäuschung und Frustration ins Spiel gebracht, um aufzuzeigen, wie dies die Kooperation innerhalb eines Teams negativ beeinflusst, und welche Methodik es gibt, solch destruktives Verhalten zu vermeiden.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Die Teilnehmer werden

- ihre jetzige Situation analysieren,
- Alternativen diskutieren,
- Aktionspläne zur Besprechung mit ihren Mitarbeitern oder Vorgesetzten erstellen und die Einführung in ihrer Abteilung durch effektives Coaching ihrer Mitarbeiter erarbeiten.

Grundlagen der Kommunikation, aktives Zuhören und positive Ausdrucksweise sowie Problem- und Konfliktgespräche werden ebenso erarbeitet und trainiert.

METHODIK:

Interaktions-Spiele, Diskussionen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Überprüfung der eigenen sowie der Kommunikativität der Kollegen.

TEILNEHMER: 12**DAUER: 1 Tag**



KOMMUNIKATION & PERSÖNLICHKEITSPROFILE DER ERSTE EINDRUCK – UND DANN...

IHR NUTZEN:

Sie erarbeiten das Zugehen auf den Gesprächspartner / Kunden, und werden durch das Erkennen der verschiedenen Persönlichkeiten und der körpersprachlichen Signale Ihre generelle Wahrnehmungsfähigkeit verbessern.

„Das Gespräch“ wird in verschiedenen Rollenspielen geübt und erhöht die eigene Sicherheit und Flexibilität.

ZIELSETZUNG:

Warum ist Persönlichkeit so wichtig? Wer bin ich - wer ist der Andere?

Wie reagiere ich auf meinen Gesprächspartner?

Wie setze ich meine Erkenntnisse um – was muss ich ändern?

Die Teilnehmer sollen erkennen, welche Wege und Ideen sie bei der Herstellung von Beziehungen unterstützen können, welche Sprache die Gesprächspartner sprechen und in ihrer eigenen Ausdrucksweise darauf einzugehen lernen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Grundlagen der Kommunikation
- Wie wirken Sie auf Ihr Gegenüber
- Körpersprache - erkennen und verstehen
- Verbale Kommunikation – was versteht der Andere?
- Erkennen des eigenen Profils
- Erkennen der Verhaltensstile der Gesprächspartner / Kunden
- Kommunikation zwischen unterschiedlichen Persönlichkeiten positiv beeinflussen

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input, Gruppenarbeiten, Einzelarbeiten.

Die Videoaufzeichnungen werden in der Gruppe besprochen und konstruktive Kritik und positive Bestärkung geübt.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 Tag



SERVICEMANAGEMENT AM TELEFON FÜR DEN KUNDEN SIND SIE DAS UNTERNEHMEN

IHR NUTZEN:

Aufbauend auf bereits vorhandene Erfahrungen am Telefon werden Sie die Vorteile gleichzeitig für sich, das Unternehmen und die Kunden erkennen, die durch die richtige Einstellung dem Gedanken „Service“ gegenüber, entstehen.

Sie werden die „Angst“ vor Reklamationen verlieren und persönliche Wege erarbeiten, eine positive Lösung sowohl für den Kunden als auch für das Unternehmen zu finden, und gleichzeitig Reklamationen als „Chance“ zur Kundenbindung erkennen und nutzen zu lernen.

ZIELSETZUNG:

Die Teilnehmer werden mit effektiven Methoden eines korrekten Gesprächsverlaufs am Telefon vertraut gemacht, sodass der Gesprächspartner das Gefühl kompetenter Betreuung vermittelt bekommt.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Bedeutung von Service am Telefon
- Allgemeine Telefonregeln
- Fragetechniken
- Formulierungen
 - Positive / negative Aussagen
- Gesprächsarten
 - Unterschiede in der Gesprächsführung
 - Zeitfaktor
- Anrufer - Profile
 - Erkennen der Bedürfnisse und Erwartungen
 - Schwierige Gesprächspartner
- Schwierige Situationen und Stress erkennen und richtig reagieren
- Behandlung von Einwänden
- Gesprächsstrategie bei Reklamationen

METHODIK:

Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Diskussionen, Rollenspiele mit Video-Selbstkontrolle, konstruktive Kritik.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 Tag

**BESCHWERDEMANAGEMENT****WER HÖRT SCHON GERNE BESCHWERDEN? – WIR!****IHR NUTZEN:**

Beschwerden - Ihre Chance Kunden langfristig zufrieden zu stellen und Neukunden zu gewinnen. Aufgrund der Kenntnis des Beschwerdemanagement-Prozesses, von der Stimulierung bis hin zum Controlling, kann durch zielorientiertes Management ein erheblicher Wettbewerbsvorteil geschaffen werden.

ZIELSETZUNG:

Konflikte und Beschwerden können durch zeitgerechte Behandlung und Einbeziehung der Beteiligten zur Lösungsfindung so erfolgreich behandelt werden, dass dadurch Zufriedenheit und wiederkehrende Kunden entstehen. Unterschiedliche Meinungen, Einstellungen, Verhaltensweisen, Interessen sind immer vorhanden und nur natürlich, wenn Menschen zusammentreffen.

Die Teilnehmer werden verstehen, dass sie durch Erkennen der verschiedenen Persönlichkeiten und deren Verhalten in Stress-Situationen, zukünftig besser in herausfordernden Gesprächen zu zufriedenstellenden Lösungen kommen werden.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Erwartungshaltung der Kunden - Qualität & Service
- Ursachen und Entstehung von Beschwerden
- Verhaltensstile
- Körpersprache – Verstehen von Signalen
- Positive Ausdrucksweise
- Persönliche Einstellung zu Konflikten
- Systematik der Beschwerde-Behandlung
- Umgang mit Emotionen und Einwänden
- „Win-Win“ – Situation erarbeiten
- Beschwerdestimulation, Gegensatz zu Beschwerde-Vermeidung?
- Innerbetriebliche Kommunikation & Beschwerdemanagement-Prozess

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input, Selbsteinschätzung, Einzel- und Gruppenarbeiten, Diskussionen, Rollenspiele mit Video-Selbstkontrolle, konstruktive Kritik.

TEILNEHMER: 12**DAUER:** 2 TAGE



PRÄSENTORIK - PRÄSENTATIONEN DIE BEGEISTERN MIT KLASSISCHEN UND MODERNEN MEDIEN PROFESSIONELL PLANEN, GESTALTEN UND DURCHFÜHREN

IHR NUTZEN:

Durch die Optimierung Ihrer Vorbereitung und das Üben in der Gruppe, werden Ihre Präsentationen sofort in der Praxis ein höheres Maß an Anerkennung bringen. Sie erlernen einen der größten Stressfaktoren, den "Auftritt" vor einer Gruppe von Menschen, zu kontrollieren.

ZIELSETZUNG:

Mit einer perfekten Präsentation kann eine Entscheidung positiv beeinflusst werden.

Sie erfahren hier, wie man einer Gruppe ein Thema am Wirkungsvollsten nahe bringt, indem man genau plant, sinngerecht ausarbeitet und überzeugend präsentiert.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Festlegung des Präsentationsziels
- Aufbau einer Präsentation
- Der effektive Einsatz von audiovisuellen Hilfsmitteln und Geräten / PC
- Vor- und Nachteile der verschiedenen Präsentationstechniken
- Das Eingehen und Steuern einer Gruppe
- Rhetorische, dialektische und körpersprachliche Hinweise
- Mentale Vorbereitung
- Choreographie einer PC-Präsentation

Die Teilnehmer erarbeiten verschiedene Präsentationen anhand von vorgegebenen und freigestellten Themen und führen diese während des Seminars durch.

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Gruppenarbeiten, Einzelarbeiten. Die Videoaufzeichnungen werden in der Gruppe besprochen und konstruktive Kritik und positive Bestärkung geübt.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



SIGNATURE SERVICE – DER SCHLÜSSEL ZUR KUNDENZUFRIEDENHEIT SERVICE MIT PERSÖNLICHER PRÄGUNG

IHR NUTZEN:

Sie werden neue Sichtweisen über die Bedeutung Ihrer Rolle im Service für Ihre eigene und die Zufriedenheit Ihrer Kunden und somit den Erfolg Ihres Unternehmens aufgezeigt bekommen. Dieses ergebnisorientierte Programm wird Ihnen auch zeigen, wie Sie durch Ihren Service aus einem Kunden, einen zufriedenen und schließlich einen begeisterten und loyalen Kunden machen.

ZIELSETZUNG:

Die Teilnehmer werden erkennen, was nötig ist, um Kundenzufriedenheit aufzubauen und aufrecht zu erhalten, wie man den Zufriedenheitsgrad eines Kunden ermittelt. Egal ob Sie mit Ihren Kunden per Telefon, per E-mail oder persönlich kommunizieren, Sie werden erfahren wie viele Möglichkeiten und Chancen sie jeden Tag haben, um ihre persönliche und berufliche Zufriedenheit zu erhöhen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Optimale Kundenzufriedenheit – welche Möglichkeiten bieten sich?
- Selbststeuerung – Aufgabenorientierung und Menschenorientierung
- Flexibilität und Anpassungsfähigkeit
- Begegnung mit dem Kunden – Kundenbefindlichkeit identifizieren
- Bedürfnisse, Erwartungen und Forderungen feststellen
- Gesprächsgestaltung - positive und negative Aussagen
- Verbale und nonverbale Kommunikation
- Kunden – fordernd, erregt, ärgerlich, unentschlossen - zufrieden stellen
- Der Begegnung mit dem Kunden die persönliche Prägung verleihen
- „Nein“ sagen und den Kunden trotzdem zufrieden stellen
- Follow-up und Sicherstellen der fortgesetzten Kundenzufriedenheit und -Loyalität

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input, Diskussionen und Erlebnisberichte, Rollenspiele mit Video-Selbstkontrolle, Übungen anhand der Praxisfälle, Einzel- und Gruppenarbeiten.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 Tage



DIE SCHREIBWERKSTATT - KUNDENORIENTIERTE, MODERNE KORRESPONDENZ

DER BRIEF - DIE E-MAIL ANFRAGENBEANTWORTUNG- ANGEBOTSGESTALTUNG PRESSEMITTEILUNG - KUNDENMAILING - NEWSLETTER

IHR NUTZEN:

Sie erhalten das praktische Werkzeug um Ihre eigenen Briefe und E-Mails kundenorientiert zu verfassen. Mitgebrachte Beispiele werden analysiert und neue Briefe professionell erstellt. Verkaufen und Kundenbindung per Mailing und Newsletter. Sie wissen nach dem Workshop, warum Ihre Briefe und E-Mails gelesen werden, was Ihre Kunden interessiert, und warum sie antworten bzw. positiv reagieren.

ZIELSETZUNG:

Die Teilnehmer werden erkennen, welche Bausteine in einem Angebot vorhanden sein müssen, und worauf es ankommt, damit Kunden sich für ihr Angebot entscheiden. Wie eine Datenbank sinnvoll angelegt und verwaltet wird, und wie man Pressemitteilungen verfasst.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Konzeption eines Schreibens
 - Was erwartet der Kunde von unserem Angebot?
 - Welche Fakten werden benötigt? - Welche Motive bewegen den Kunden?
 - Welche Vorteile hat der Kunde?
 - Was sind die häufigsten Einwände und Fragen?
 - Was ist der nächste Schritt?
- Formulieren des Schreibens
- Tipps für den Briefstil, die Briefform, die E-mail-Form
- Erstellen von variablen Textbausteinen
- Erstellen und Verwalten einer Kunden-Datenbank für Briefe und E-mails

METHODIK:

Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Verfassen von Briefen, E-Mails und Pressemitteilungen

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



TELE-COACHING

ZIELSETZUNG:

Individuelles Coaching von kleinen Gruppen oder einzelner Mitarbeiter im normalen Tagesgeschehen.

Je nach Zielsetzung werden die Mitarbeiter bei ihrer Tätigkeit begleitet. Dies kann das selbst initiierte Telefongespräch ebenso wie das richtige Verhalten bei eingehenden Telefongesprächen betreffen.

Eine Kombination aus einem themenbezogenen Training als Vorbereitung und anschließendes Coaching gewährleisten bei geringem Zeitaufwand bestmöglichen Erfolg und effiziente Ergebnisse.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Allgemeine Telefonregeln
Kundenorientierte Formulierungen & Fragetechnik

in-bound

- Serviceorientierte Bestellsannahme
- Kundenspezifische Beratung
- Anruferprofil
- Reklamationsbehandlung

out-bound

- Durchführung von Telefon-Aktionen
- Erstellung von Kundenprofilen
- Marktforschung / Bedarfsanalyse
- Zielgruppenorientierte Produkt-Präsentation
- Telefonisches F'up auf Angebote und Mailings

METHODIK:

Einzel- und kleine Gruppen-Betreuung, Selbstkontrolle

TEILNEHMER: INDIVIDUELL

DAUER: NACH VEREINBARUNG



SERVICE-ANGEBOT

Der Erfolg eines Seminars wird neben der Qualität des Referenten und des Seminarinhalts, dem Engagement der Teilnehmer/Innen durch die Organisation und Vorbereitung vor dem Seminar, den optimalen Bedingungen während des Seminars und individuelle Betreuung nach dem Seminar, gewährleistet.

ORGANISATION UND VORBEREITUNG VOR DEM SEMINAR

Neben intensiver telefonischer Beratung zur Auswahl des Seminars und den inhaltlichen Schwerpunkten bieten wir zu einzelnen Seminaren Checklisten an. Dies dient einerseits dazu, dass die Teilnehmer/Innen sicher sein können, das richtige Seminar gewählt zu haben, und andererseits dem Referenten, eine möglichst homogene Gruppe zusammen zu stellen, um einen bestmöglichen Lernerfolg zu erzielen.

Einige Seminare stellen schon im Vorfeld Anforderungen an die Teilnehmer/Innen bzw. deren Umfeld. Dies wird jedoch rechtzeitig mitgeteilt, sodass eine optimale Vorbereitung stattfinden kann.

OPTIMALE BEDINGUNGEN WÄHREND DES SEMINARS

Seminarzeiten:

Seminarbeginn am 1. Tag ist jeweils um 10.00 Uhr und Seminarende am letzten Tag um 16.00 Uhr

In der Seminargebühr sind enthalten:

- Mittagessen (inkl. 1 Getränk)
- Tagungsgetränke
- Getränke in der Kaffeepause

SEMINAR-UNTERLAGEN

Die Teilnehmer/Innen erhalten ausführliche Dokumentationen und Arbeitsunterlagen

INDIVIDUELLE BETREUUNG NACH DEM SEMINAR

- Die Teilnehmer/Innen erhalten ein Zertifikat nach Abschluss des Seminars.
- Einschlägige Literaturhinweise zu verschiedenen Themen sind selbstverständlich.
- Falls Videoaufzeichnungen gemacht wurden, können diese den jeweiligen Teilnehmer/Innen zur Verbesserung der eigenen Leistung zur Verfügung gestellt werden.
- Wenn von den Teilnehmer/Innen gewünscht, kann ein Trainingsleitfaden individuell erstellt werden.
- Falls vom Arbeitgeber gewünscht, erhält dieser Checklisten zur Überprüfung des Wissenstransfers in die Praxis zusammen mit einer Empfehlung für Karriere-Fördermaßnahmen für den/die Teilnehmer/In.
- Auf Wunsch kann ein individuelles Coaching-Programm ausgearbeitet und on-the-Job Training durchgeführt werden.



**SEMINAR - ANMELDUNG ÜBER UNSERE WEBSEITE,
PER E-MAIL INFO@TARGET-CONCEPT.COM,
ODER PER FAX AN + 49 (0)8662 1399708**

AN:

TARGET CONCEPT®

Büro Deutschland

Grieserstr. 20
83346 Bergen
Deutschland

Büro Österreich

Quellenstr. 199
1100 Wien
Österreich

Tel. +49 (0)8662 13997 10
Fax: +49 (0) 8662 13997 08
Mobil +49 (0) 170 537 9695

Tel: +43 (0) 1 6410606
Mobil +43 (0) 664 5434344

ABSENDER:

FIRMA

STRASSE

PLZ / ORT

TEL. / FAX

**HIERMIT MELDE(N) ICH / WIR ZU FOLGENDEM SEMINAR
VERBINDLICH AN:**

SEMINAR – BEZEICHNUNG:

SEMINAR – TERMIN / ORT:

TEILNEHMER – NAME / VORNAME:

POSITION:

DATUM: _____ UNTERSCHRIFT: _____

HOTELRESERVIERUNG	
<input type="checkbox"/> JA	<input type="checkbox"/> NEIN
ANREISE _____	
ABREISE _____	

ES GELTEN DIE SERVICE- ANGEBOTE SOWIE DIE TEILNAHME- UND GESCHÄFTSBEDINGUNGEN DER TARGET CONCEPT
--



TEILNAHME- UND GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

ANMELDUNG UND TEILNAHME	Mit der Anmeldung erkennen Sie diese Teilnahmebedingungen an. Vollständig ausgefüllte Anmeldungen werden grundsätzlich in der Reihenfolge ihres Eingangs bei Target Concept berücksichtigt. Wir behalten uns jedoch vor, bei Überbuchung oder aus organisatorischen Gründen Anmeldungen nicht zu berücksichtigen. Mit der Anmeldung verpflichten Sie sich, an der Veranstaltung voll teilzunehmen.
ZAHLUNGS- BEDINGUNGEN HOTELRECHNUNG	Ca. drei Wochen vor Veranstaltungsbeginn erhalten Sie zusammen mit der Teilnahmebestätigung auch die Rechnung. Diese ist sofort zur Zahlung fällig. Die Hotelrechnung zahlen Sie vor der Abreise direkt im Hotel. Ein Vertragsverhältnis über die Hotelleistungen kommt ausschließlich zwischen Teilnehmer/Innen und Hotel zustande.
RÜCKTRITT	Bis 15 Werktagen vor Beginn der Veranstaltung, maßgeblich ist der Eingang bei der Target Concept, können Sie schriftlich ohne Angaben von Gründen von dem Vertrag zurücktreten. Bereits gezahlte Veranstaltungsbeiträge werden in diesem Fall erstattet. Bei späterem Rücktritt, Nichterscheinen oder nur teilweiser Teilnahme berechnen wir den vollen Veranstaltungsbeitrag, wenn nicht ein Ersatzteilnehmer gestellt wird. Ein Wechsel des Referenten, Verschiebungen im Ablaufplan, örtliche oder zeitliche Verlegung der Veranstaltung berechtigt Sie weder zum Rücktritt vom Vertrag noch zur Minderung des Veranstaltungsbeitrags. Müssen wir Veranstaltungen absagen, erstatten wir bereits bezahlte Beiträge. Weitergehende Ansprüche können wir nicht anerkennen.
COPYRIGHT	Die Teilnehmerunterlagen sind nur zum persönlichen Gebrauch der Teilnehmer/In bestimmt. Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdrucks und der Vervielfältigung der Unterlagen oder von Teilen daraus, behalten wir uns vor. Kein Teil der Unterlagen darf ohne schriftliche Genehmigung in irgendeiner Form, auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert, insbesondere unter Verwendung elektronischer Systeme, verarbeitet, vervielfältigt, verbreitet oder zu internen oder öffentlichen Wiedergaben benutzt werden.
DATENSCHUTZ	Ihre persönlichen Daten werden ausschließlich für Target Concept - interne Zwecke gespeichert und sind nicht zur Übermittlung an Dritte bestimmt. Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie dazu Ihr ausdrückliches Einverständnis.
HAFTUNG	Jede/r Teilnehmer/In übernimmt für sein/ihr Tun und Lassen während der Veranstaltung und in den Tagungsstätten selbst die Verantwortung.
NEBENABREDEN GERICHTSSTAND	Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Alleiniger Gerichtsstand für alle Ansprüche aus diesen Teilnahmebedingungen ist München.



EINIGE UNSERER KUNDEN...

WIRTSCHAFT

Ancotel GmbH, Frankfurt
 Apple Computer GmbH, München
 BASF, Ludwigshafen
 Berliner Wasserbetriebe, Berlin
 Bonduelle Deutschland GmbH, Homburg
 Cloplay, Mason Ohio/USA
 Confero Consulting, Düsseldorf
 Deutsche Telekom AG
 Dr. Becher GmbH, Seelze
 Finotech Verbundstoffe GmbH, Aschersleben
 Gasteig Kongresszentrum, München
 IHK, Passau
 Hewlett Packard, Stuttgart /Wien/Zürich
 Hobart GmbH, Offenbach
 König Brauerei, Duisburg
 Krah & Grote, Hofolding
 Landeskrankenhaus, Kärnten
 Löblein Unternehmensgruppe, Bamberg
 Marchon Eyeware, München
 NCR Corporation, Deutschland
 NIKE International / Deutschland, Mörfelden
 Scheid Lebensmittelhersteller, Überherrn
 Sonoton Int., München
 UTA Telekom AG, Wien
 Villeroy & Boch AG, Mettlach
 Warburg Dillon Read, Zürich
 Zambelli, Freyung

MANAGEMENTWEITERBILDUNG

International School of Management, Dortmund
 Salzburger Tourismusakademie, Schloß Kleßheim
 Fachhochschule für Tourismus, Görlitz
 HDV Hoteldirektorenvereinigung e.V.

MEDIEN/MARKTFORSCHUNG

SAT.1 Fernsehen, Mainz
 imagin Unternehmensberatung, Eppstein
 Magazin Gesundheit, Wien

HOSPITALITY

Accor Hotels Deutschland GmbH, München
 Blueband Hotels, Berlin
 Choice Hotels Europe, Troisdorf /München
 Forum Hotels, Berlin & Hannover
 Holiday Inn Deutschland & Osteuropa, Wiesbaden
 Holiday Inn Worldwide, Brüssel
 Holiday Inn Österreich, Salzburg
 Hollywood Media Hotel, Berlin
 Ibis Hotels, Dresden
 Inter-Continental Hotels Deutschland, Frankfurt
 Juwel Hotels, München
 Land-Vital-Hotels, Passau
 Lindner Hotels, Düsseldorf
 Maritim Hotels, Bad Salzuflen
 Millennium Hotels Deutschland, Stuttgart
 Queens Gruppe Deutschland, Hannover
 Ramada & Renaissance Hotels, Frankfurt
 Romantik Hotel Altes Gymnasium, Husum
 Sheraton Hotels, Frankfurt/Main
 Sorat Hotels, Berlin
 Stuttgart International, Stuttgart
 Team Hotels, Mönchengladbach
 Travel Charme Hotels GmbH, Berlin
 Westin Hotel Bellevue, Dresden

TOURISMUS

Alpine Gastgeber.e.V., München, Innsbruck
 Berlin Tourismus Marketing, Berlin
 DSFT Deutsches Seminar für Tourismus, Berlin
 HSMA – Hospitality Sales & Marketing Association
 Kongress Service GmbH, Bamberg
 Marketing Tourismus Synergie, Wien/Zell am See
 Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand NRW
 NaturThermeTemplin GmbH, Templin
 Mpumalanga Tourism Ministry, Süd Afrika
 TVO, Tourismus Verband Ostbayern, Passau



ERFOLG GEMEINSAM GESTALTEN.

TARGET CONCEPT®
CONSULTING ► TRAINING ► COACHING
WWW.TARGET-CONCEPT.COM

TARGET CONCEPT - HOSPITALITY
WWW.TARGET-CONCEPT-HOSPITALITY.COM

TARGET CONCEPT - WOMAN
WWW.TARGET-CONCEPT-WOMAN.COM

TARGET MYSTERY CHECK
WWW.TARGET.MYSTERY-GUESTING.NET

TARGET SELECTION
WWW.TARGET-SELECTION.AT

YES KIDS CAN
WWW.YESKIDSCAN.INFO

TARGET CONCEPT

BÜRO DEUTSCHLAND

GRIESERSTR. 20
83346 BERGEN
DEUTSCHLAND

TEL. +49 (0)8662 13997 10
FAX: +49 (0) 8662 13997 08
MOBIL +49 (0) 170 537 9695

BÜRO ÖSTERREICH

QUELLENSTR. 199
1100 WIEN
ÖSTERREICH

TEL: +43 (0) 1 6410606
MOBIL +43 (0) 664 5434344

<p>TARGET CONCEPT®</p> <ul style="list-style-type: none"> ► CONSULTING ► TRAINING ► COACHING 	<p>TARGET CONCEPT HOSPITALITY</p> <ul style="list-style-type: none"> AKKREDITIERUNG WKO, DEHOGA, DTV ► MYSTERY-GUESTING ► KLASSIFIZIERUNG
<p>TARGET CONCEPT <i>WOMAN</i></p> <p>EARLY BIRD SEMINAR EVENING BRAIN TRAINING COACHING & NETWORKING</p>	<p>TARGET SELECTION® EXECUTIVE SEARCH</p> <p>TARGET BUSINESS.ETIKETTE STILVOLL- SOUVERÄN ERFOLGREICH</p> <p>YES KIDS CAN</p>

TARGET CONCEPT GMBH
CONSULTING ► TRAINING ► COACHING

E-MAIL:
INFO@TARGET-CONCEPT.COM

PRÄSIDENTIN
BPW CLUB WIEN



DTV



WKO

