

Trainingsinhalte Kommunikation



Wie werden wir ein Team?.....	2
Richtig gute Gespräche.....	3
Reklamation heißt neue Chance.....	4
Dienstleistung im eigenen Unternehmen.....	5

Wie werden wir ein Team?

konkrete Inhalte nach Absprache bzw. nach den Ergebnissen aus der Istanalyse

Trainingsziel: Förderung der Kommunikation und Kooperation der Abteilungsteams, Leistungssteigerung

Zielgruppe: alle Mitarbeiter, die in Teams arbeiten

Istanalyse

- Leistung und Zufriedenheit
- Informations- und Planungsverhalten (Vorgesetzte)
- Gesprächsinhalte, -abläufe, -verläufe
- Interaktionsverhalten
- Führungsverhalten

dabei wird das gesamte Team incl. der Vorgesetzten analysiert und trainiert

Seminarinhalte

- Grundlagen erfolgreicher Zusammenarbeit
- Ausprägung des jeweiligen Teams
- Methodenpool: Arbeitstechniken für Teams
- die 4 Phasen der Teamarbeit
- das leistungsfähige Team: Ziele setzen, überprüfen, Erfolgskontrolle
- praktische Teamübungen

Supervision

Im Anschluss an das Teambuilding findet eine Supervision statt. Dabei werden die gewachsene Struktur der Teams und die Kommunikationsmuster überprüft und Hilfen gegeben.

Ziel der Supervision ist es, die Selbsthilfe des Teams so zu aktivieren, dass die Gruppenprozesse sich stabilisieren und das Team leistungsstärker wird.

Methoden

Vortrag, Diskussion, Übungen, Rollenspiele mit Videoanalyse, Gruppenarbeit, Einzelarbeit, kleinere Outdoor Elemente

Dauer des Seminars

2 Tage à 6 Stunden (Vollzeit), max. 12 Teilnehmer

1 Tag Supervision

Kosten

nach Absprache

Richtig gute Gespräche

konkrete Inhalte nach Absprache bzw. nach den Ergebnissen aus der Istanalyse

Trainingsziel: je nach Kontext: Verbesserung der Rhetorik, Mitarbeitergespräche und Meetings effizienter planen und durchführen

Zielgruppe: offen

Kommunikation

- Einstieg in die Grundlagen der Kommunikation
- Hemmer und Förderer eines Gespräches
- Sach- und Beziehungsebene
- Verhaltenskreuz
- verschiedene Gesprächsphasen
- aktives Zuhören: Konzentrationstechniken
- Wahrnehmung und Interpretation: Regeln des Feedback
- Selbstbild und Fremdwahrnehmung
- unterschiedliche Gesprächstypen: Wie bekomme ich ein „Ja“?
- bewusste und unbewusste Körpersprache, Rapporttechnik

Argumentieren

- Fragetechniken, Bedarfsanalyse, Kundenperspektive
- Verkaufssignale
- Nutzenargumentation, Lösungsalternativen
- Einwandbehandlung: Umgang mit Widerständen
- Killerphrasen, typische Fallen im Gespräch

Methoden

Wissensvermittlung, interaktive Übungen, praxisbezogene Fallbeispiele, Gruppenarbeit, Einzelarbeit, Videoanalyse mit anschließendem Feedback, Transfer zum Coaching

Dauer des Seminars

2 Tage à 6 Stunden (Vollzeit), max. 10 Teilnehmer

Kosten

nach Absprache

Reklamation heißt neue Chance

konkrete Inhalte nach Absprache bzw. nach den Ergebnissen aus der Istanalyse

Trainingsziel: professionelle Reklamationsbearbeitung, Kundenbindung

Zielgruppe: Mitarbeiter und Führungskräfte im Innen- und Außendienst mit Grund-
erfahrung

Inhalte

- Umgang mit Beschwerden: Der Kunde gibt uns Feedback!
- Verhalten im Vorfeld: Einstellung und Motivation
- Selbstwahrnehmung in kritischen Gesprächssituationen
- Erstkontakt mit unzufriedenen Kunden
- den Kunden ermuntern, sich über Probleme zu äußern
- Checkliste Beschwerdeannahme
- 8 Schritte zur Bewältigung von Reklamationen: Checkliste
- eigenes Verhalten bei Reklamationen: Sachebene und Beziehungsebene
- Ärger und Beschwerden: Wie entsteht Ärger?
- 3 Gründe für Ärger, sich erkennen und Verhaltensmuster ändern
- Lösungen für den Kunden, weiteres Vorgehen für das Unternehmen, Kompetenzen der Mitarbeiter

Methoden

Wissensvermittlung, praxisbezogene Fallbeispiele, Gruppenarbeit, Einzelarbeit, Analyse am Telefonkoffer bzw. Video mit anschließendem Feedback, Transfer zum Coaching

Dauer des Seminars

2 Tage à 6 Stunden (Vollzeit), max. 10 Teilnehmer

Kosten

nach Absprache

Dienstleistung im eigenen Unternehmen

konkrete Inhalte nach Absprache bzw. nach den Ergebnissen aus der Istanalyse

Trainingsziel: ein gemeinsam entwickeltes Verständnis von Kundenorientierung, aktuelle interne und externe Kunden- und Lieferantenbeziehungen werden definiert und optimiert

Zielgruppe: alle, die mit internen Kunden arbeiten (Innendienst und Außendienst, Service, Buchhaltung etc.)

Seminarinhalte

- Definition und Bestandsaufnahme: Was sind interne Kunden?
- Entwicklung eines gemeinsamen Verständnisses von Kundenorientierung
- Festlegung von Standards im Umgang mit internen Kunden
- Mitarbeiter als Lieferanten
- Konsument wird zum Prosument
- Marktforschung inhouse
- internes Reklamationsmanagement
- interne Leistungs- und Servicegarantie
- Störfaktoren und Blockaden im Arbeitsalltag:
 - Arbeitprozesse
 - Kommunikation und Interaktion
 - Arbeitsumfeld und Ressourcen
 - Verantwortung
- Team als Problemlöser
- Entwicklung von Aktionsplänen zur Umsetzung
- Zeitplan für die Umsetzung

Methoden

Analyse, Vortrag, Diskussion, Übungen, Rollenspiele

Dauer des Seminars

2 Tage à 6 Stunden, max. 10 Teilnehmer

Kosten

nach Absprache