

SCHOMMER

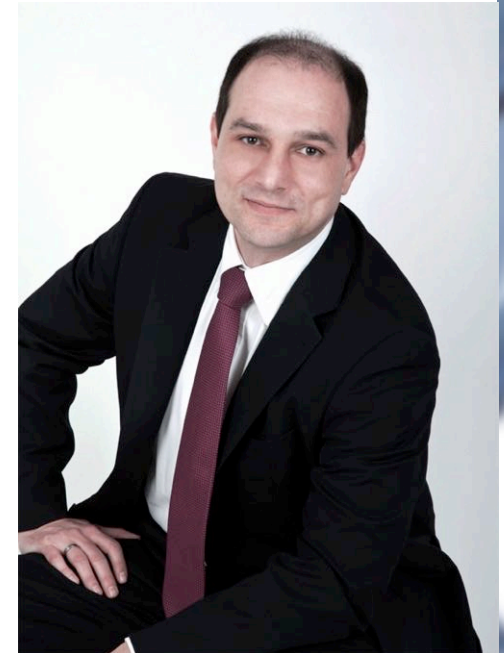
Weiterbildung.Training.Coaching

Alle sagten: „Das geht nicht!“
Dann kam einer, der wusste das nicht ...
und hat's einfach gemacht.

Autor unbekannt

Marc Schommer

- Internationaler Betriebswirt
- MBT Master of Business Training
- Business Trainer (IHK) und Personal Coach (IHK)
- Certified Practitioner of the Art and Science of NLP
- Lehrbeauftragter an den Dualen Hochschulen in Mannheim, Mosbach, Karlsruhe
Themenschwerpunkte: Managementkompetenzen, Rhetorik, Kommunikation, Verkaufen, Führung und Selbstmanagement
- Wissenschaftlicher Mitarbeiter der Dualen Hochschule Baden-Württemberg für Projekt- und Bachelorarbeiten
- Professor an der European New University, Kerkrade (NL) für den Studiengang Business Management
- Bildungspartner der IHK Saarland für die Trainerausbildung
- Regionalleiter der Akademie für Gesundheitswissenschaften und Integrationsforschung
- Mentor an der Universität des Saarlandes



Prof. asst. (UNEIS)
Marc Schommer

Training und Coaching in den Bereichen ...

Persönlichkeitsentwicklung

Themen

- Kommunikation und Rhetorik
- Selbstbewusstes Auftreten
- Selbstwert und Commitment
- Mitarbeitergespräche
- Teamgespräche
- Beurteilungen von Mitarbeitern

Management / Führung

Themen

- Führungstraining für Manager, Teamleiter und für Führungsnachwuchskräfte
- Zeitmanagement
- Problem- und Konfliktlösung

Vertrieb / Verkauf

Themen

- Beziehungsmanagement im Verkauf
- Vertriebstraining Key Account Manager, Commodity, Außen- u. Innendienst
- Telefontraining
- Intensivtraining Telefonzentrale und Central Services
- Kundenzufriedenheit
- Beschwerdemanagement
- Zeitmanagement
- Training on the Job in allen Bereichen

- Einzel- oder Teamcoaching der gesamten Zielgruppen
- Coaching bei Einstellungsgesprächen
- Durchführung und Beratung bei Assessmentcentern
- Coaching von Führungsnachwuchskräften
- Train-the-Trainer (IHK) Ausbildung mit Universitätszertifikat

Mein Verständnis

■ **Transparenz in der Zielerreichung**

Jede Maßnahme beinhaltet klare Zielvereinbarungen. Dadurch erreichen wir für alle Beteiligten ein hohes Maß an Transparenz und eine Prozessorientierung ist damit grundsätzlich gegeben.

■ **Vertrauen aufbauen, den anderen akzeptieren**

Veränderungsarbeit und Training bringen nur dann einen messbarem Erfolg, wenn der Trainee, das Unternehmen und der Trainer einander auf Augenhöhe begegnen.

■ **Praxisorientiert trainieren / coachen**

Als erfahrener Trainer kann ich mich in die Lage des Trainees versetzen. Sie erfahren in unseren Seminaren hohen Praxisbezug und Aktualität. Eine angemessene und offene Trainingsatmosphäre ist die Garantie für ein erfolgreiches und effizientes Training und / oder Coaching.

■ **Eine gute Vorbereitung ist Grundvoraussetzung für einen erfolgreichen Know-how-Transfer**

Sie wird durch eine Bedarfsermittlung vor Ort geschaffen. Nur so kann die Weiterbildung exakt auf Ihre Wünsche und Bedürfnisse zugeschnitten werden.

Mein Verständnis

- **Veränderungen erfordern Mut und Offenheit ...**
... und sind häufig unbequem. Wir wissen, dass es schwierig ist, alte Gewohnheiten aufzugeben. Der Nutzen einer Veränderung ist manchmal nicht gleich zu sehen. Ich begleite Sie im Veränderungsmanagement und stehe auch nach dem Training beratend zur Verfügung.
- **Messbare Ergebnisse**
Ein Training muss auch sichtbare und messbare Ergebnisse liefern. Ich stelle mich gerne dieser Prüfung.
- **Den Kontakt mit Ihnen pflegen – auch über den Auftrag hinaus**
Das verstehe ich unter Kundenorientierung und Servicebereitschaft und lebe dieses Selbstverständnis.
- **Klare Absprachen über Leistungen und Honorare**
Sie erleben keine Überraschungen, wenn der Trainer engagiert wird. Für mich ist Beziehungsmanagement nicht nur ein Seminarthema, sondern gelebte Verpflichtung zum Kunden.

Beispiel eines Trainingsschrittes → Aufgabe

Die folgenden Fähigkeiten sollten bei einem Unternehmen weiterentwickelt werden:

- » Dienstleistungsverständnis
- » Beratungskompetenz
- » Informationsverhalten
- » Rhetorische Fähigkeiten
- » Flexibilität

Beispiel eines Trainingsschrittes → Bedarf

Aufgrund einer Bildungsbedarfsanalyse (BBA) ergeben sich für die Mitarbeiter/-innen folgende Weiterbildungsthemen:

Selbstverständnis

Fähigkeit, eigene Stärken und Optimierungsmöglichkeiten zu erkennen und sich eigenverantwortlich beruflich und privat weiter zu entwickeln.

Dienstleistungsverständnis

Fähigkeit, Wünsche des Kunden im Vorfeld zu erkennen und zielgerichtet und konstruktiv zu befriedigen, ohne eigene Ziele aus den Augen zu verlieren.

Eigeninitiative

Fähigkeit, sich chancenorientiert einzubringen und konkrete Handlungsvorstellungen zu besitzen.

Flexibilität

Fähigkeit, sich verschiedenen Situationen anzupassen sowie mit unterschiedlichen Einzelpersonen und Gruppen effektiv zu arbeiten.

eigenverantwortliches Handeln

Beispiel eines Trainingsschrittes → Ziel

Die Mitarbeiter/-innen erkennen, dass sie im Rahmen ihrer Zuständigkeiten selbstbewusst und zielorientiert bevorzugt auf die Kunden zugehen müssen, um eine größtmögliche Kundenzufriedenheit zu erreichen.

Sie wissen, wie sie auf veränderte Kundensituationen reagieren und überprüfen ihre Einstellung und ihr Verhalten anhand von Rollenspielen.

Themen und Inhalte

Kommunikation und Selbstwert	<ul style="list-style-type: none">■ Einstellung der MA zu sich selbst, zu den Kunden, zum Unternehmen, zu den Produkten und Dienstleistungen;■ Transaktionsanalyse■ Johari-Fenster■ Selbstwertmodell■ Sinneskanäle■ Wertschätzung der eigenen Person und anderer Menschen
Rhetorik und Kommunikation	<ul style="list-style-type: none">■ Sender – Empfänger Modell■ Sach- und Beziehungsebene■ Vier Seiten einer Nachricht■ Einsatz von Stimme, Sprache und Körpersprache■ Aktives Zuhören■ Konflikte■ Teamarbeit
Beziehungsmanagement	<ul style="list-style-type: none">■ Der Mitarbeiter als Beziehungsmanager■ Langfristige Kundenbindung durch Kundenzufriedenheit■ Kundenloyalität durch Sozial- und Methodenkompetenz
Aktuelle Markt-, Kunden- und Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none">■ Die eigenen Rahmenbedingungen kennen, akzeptieren und nutzen

Beispiele für Kommunikationsseminare

Mitarbeiter/-innen im direkten Kundenkontakt

Mitarbeiter/-innen im direkten Kundenkontakt lösen die Probleme von Kunden. Sie benötigen dafür außer der fachlichen vor allem soziale, kommunikative und emotionale Kompetenzen. Sie müssen in der Lage sein:

- situationsgerecht zu kommunizieren
- sich gut in andere einfühlen zu können (Empathie)
- die Sicht des Anderen einzunehmen (Perspektivenübernahme)

Entscheidend ist dabei

- die Fähigkeit, die eigenen Emotionen zu kontrollieren (Emotionsarbeit) und
- ein überdurchschnittliches Maß an Resilienz.

Die Mitarbeiter/-innen prägen in diesem Moment die „Fühlt sich gut an / Fühlt sich schlecht an“-Erfahrung des Kunden. Eine „Fühlt sich gut an“-Erfahrung macht der Kunde, wenn er

- ernst genommen und freundlich behandelt wird.
- in seinem Gegenüber rasch einen kompetenten Ansprechpartner findet.
- mit Respekt und Verständnis behandelt wird.
- ehrliche Informationen erhält.
- eine Entschuldigung im Beschwerdefall bekommt.
- sich ärgern darf.
- sein Gesicht wahren kann.

Beispiele für Kommunikationsseminare

Kommunikation im direkten Kundenkontakt – Kundendialog – Gespräche mit Kunden

Die direkte Kommunikation mit Kunden wird nur zu einem geringen Teil aufgrund der Worte verstanden. Den größten Informationsgehalt beziehen wir aus der Körpersprache.

Im persönlichen Gespräch sind das:

Mimik, Gestik, Körperausdruck, Präsenz, Stimme, Tonfall, Sprechmelodie usw.

Im Telefongespräch sind das:

Stimme, Tonfall, Pausen, Sprechmelodie, Energie, Stimmfrequenz u.v.m.

Der ganze Bereich der körpersprachlichen – also nicht-wörtlichen – Kommunikation, entsteht aufgrund

- Stimmung / Emotion
- Haltung / Einstellung
- Motive
- Glaubenssätze
- Selbstbild
- Gesundheit u.v.m.

Diese Faktoren haben in der Kommunikation entscheidenden Einfluss auf den Informationstransport neben dem gesprochenen Wort.

Wir achten unbewusst stärker auf das, was uns der Körper erzählt als auf das, was uns die Worte sagen.

Am effizientesten setzt die Verbesserung von Kommunikation daher an diesen non-verbale Faktoren an.

Die Bedeutung der Sprache wird hiermit deutlich unterstützt und dadurch gezielt verbessert.

In der schriftlichen Kommunikation ist auf die Worte besonders zu achten. Die damit erzeugten „Wortbilder“ tragen maßgeblich zum Verstehen bei.

Beispiele für Kommunikationsseminare

Kundenorientierungsseminar / Kundenorientierungstraining

Mögliche Inhalte:

- Was ist Kundenorientierung?
- Kundenorientierung vs. Unternehmensorientierung vs. Teamorientierung vs. Ich-Orientierung
- Die eigene Haltung als Grundlage meines Verhaltens
- Kundenpsychologie
- Verhaltensregeln
- Weitere Inhalte nach Bedarf und Absprache

Ihr Nutzen:

- Verbesserung der Kundenorientierung bei Mitarbeiter/-innen
- Verbessertes Verständnis, was „Mein“ persönlicher Beitrag ist
- Verbesserung der Qualität in der Wahrnehmung des Kunden

Kundenorientierungsseminare kommen überall dort zum Einsatz, wo Unternehmen oder Teams ihre Kundenkontakte verbessern möchten.

Die Teilnehmer sollen sensibilisiert werden auf die eigene Rolle und Haltung sowie die Rolle des Teams und des Unternehmens in der Interaktion mit dem Kunden. Sie erweitern dadurch deutlich ihr Portfolio an möglichen Handlungsalternativen.

Kundenorientierungstrainings steigern die Motivation der Mitarbeiter/-innen und die Zufriedenheit der Kunden.

Weitere Beispiele

- Umgang mit schwierigen Gesprächssituationen
- Verkauf und Vertrieb
- Coaching im Bereich Erst- oder Neuorientierung
- Konfliktmanagement
- Burn-out Prävention
- Teamtrainings
- Analyse und Konzepterstellung für Qualifizierungsmaßnahmen

**„Erfolg besteht darin, dass man genau die Fähigkeiten hat,
die im Moment gefragt sind.“**

Henry Ford



Marc Schommer

Dieffler Str. 197
66809 Nalbach

E-Mail: ms@schommer-training.de
Mobil: 0172 / 2 777 540

Ich freue mich auf Ihre Kontaktaufnahme!