Trainingskatalog

Kooperationswissen

Kommunikationskompetenz

Beziehungsentwicklung

Potenzialmanagement

Buchung, Details, Inhouse-Service:

info@farmersplace.de
+49. (0)431. 57096012

Ich freu mich …

…, dass ich Ihnen auch in diesem Jahr ein umfangreiches und hochwertiges Angebot von Trainings für alle Personen in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung (Einkauf) präsentieren kann.

farmersplace steht auch in diesem Jahr für kontinuierlichen Wissenstransfer auf höchstem Niveau. Unsere Trainings zeichnen sich durch klar strukturierte Themenfelder, neuestes Wissen, substantielle Erfahrung und transparente Prozesse aus. Wir stehen für unbedingte Alltagstauglichkeit und hohe Anwendbarkeit unserer Trainingsinhalte.

Wir bereiten selbst komplexeste Themen aus Kooperationswissen, Kommunikationskompetenz, Beziehungsentwicklung und Potenzialmanagement für alle Teilnehmenden nachvollziehbar auf. Mithilfe sowohl bewährter, als auch immer wieder innovativer Lernmethoden erreichen wir höchste Qualität bei der Vermittlung von Wissen und nachhaltige Festigung von Erlerntem.

Unsere Trainings werden themenabhängig von umfassendem und hochwertigem Trainingsmaterial begleitet, dass es den Teilnehmern ermöglicht, Erlerntes zu vertiefen und an Kollegen, Teams und Interessierte weiterzugeben. Beispiele aus führenden Unternehmen des In- und Auslands sowie „best practise“ finden immer wieder den Weg in unseren Trainingsalltag.

Für interessierte Unternehmen stellen wir im Rahmen unseres Inhouse-Service Themen individuell und mit gewünschter Gewichtung so zusammen, dass sie Bedürfnisse sowohl optimal widerspiegeln, als auch angrenzenden Themenbereichen zur Bildung von Synergien angemessenen Raum geben. Alle Themen und Inhalte sind selbstverständlich auch in englischer Sprache erhältlich.

Wir sind kundenorientierter Dienstleister. Wir halten die Dinge für Sie so einfach wie möglich, um den Fokus von Training und Entwicklung nicht zu verwässern.

„Nichts muss, aber alles kann.“

Unsere Veranstaltungsorte sind zu 100% barrierefrei. Sollten Sie oder jemand aus Ihrem Team zusätzliche Unterstützung bei der erfolgreichen Teilnahme an unseren Trainings wünschen, freuen wir uns jederzeit, diese zu berücksichtigen.

Sollten Sie Fragen haben oder weitere Informationen zu unseren Trainings benötigen, setzen Sie sich mit mir in Verbindung. Ich wünsche Ihnen viel Erfolg und freue mich, Sie dabei zu unterstützen.

Herzlichst,

Alexander Hansen

Geschäftsführer *farmersplace*

Inhaltsverzeichnis

Kooperationswissen

Beziehungsaufbau in Vertrieb und Kundenservice 1
(Grundlagen-Training)

Die Erwartungshaltung von Kunden kennen und erfüllen 2
(Grundlagen-Training)

Dem Dienst am Kunden Wertigkeit verleihen 3
(Grundlagen-Training)

Der professionelle Auftritt beim Kunden 4
(Grundlagen-Training)

Eindrucksvolles Verhalten in Video-/ Telefonkonferenz 5
(Grundlagen-Training)

Das Verhalten von Kunden in Videokonferenzen analysieren 6
(Grundlagen-Training)

Grundlagen der Bestandskundenpflege 7
(Grundlagen-Training)

Eigene Ziele aktiv zu Kundenzielen werden lassen 8
(Grundlagen-Training)

Dem Kunden Schwächen und Unsicherheiten als Stärke begreifbar machen 9
(Grundlagen -Training)

Kooperationsentwicklung: Vom Kundenservice zum Kundenerlebnis 10
(Grundlagen-Training)

Kommunikationskompetenz

Wertschätzende Gesprächsführung im Umgang mit Kunden 11
(Grundlagen-Training)

Eindrucksvoll präsentieren im Kundenumgang 12
(Grundlagen-Training)

Verhandlungstechniken: nachhaltige Einigung erzielen 13
(Grundlagen-Training)

Gesprächskompetenz zur Beeinflussung von Kunden gezielt einsetzen 14
(Grundlagen-Training)

Konfliktlösung im Kundenumgang 15
(Grundlagen-Training)

Zielgruppenorientierte Kommunikation: Sich auf den Kunden einstellen 16
(Grundlagen-Training)

Sympathisch wirken im Umgang mit Kunden 17
(Grundlagen-Training)

Mimik, Gestik, Stimme in Telefon-/ Videokonferenzen ideal einsetzen 18
(Grundlagen-Training)

Argumentationstechniken im Kundenumgang kennen und erlernen 19
(Grundlagen-Training)

Kunden unpopuläre Nachrichten konstruktiv vermitteln 20
(Grundlagen-Training)

Beziehungsentwicklung

Grundlagen der Beziehungsentwicklung im Kundenverhältnis 21
(Grundlagen-Training)

Netzwerken: Die große Kunst der unaufdringlichen Präsenz 22
(Grundlagen-Training)

Beziehungsfestigung: Sich unersetzbar machen 23
(Grundlagen-Training)

Motivation vom Mitarbeiter*innen mit Kundenumgang systematisch steigern 24
(Grundlagen-Training)

Transparenz und Verlässlichkeit im Kundenverhältnis erzeugen 25
(Grundlagen-Training)

Kunden in dauerhafte Win-win-Empfindungen versetzen 26
(Grundlagen-Training)

Preaching: Kundenbedürfnisse aktiv mitgestalten 27
(Grundlagen-Training)

Whispering: Kundenziele als beratende Dienstleister aktiv beeinflussen 28
(Grundlagen-Training)

Matchmaking im Kundenumgang: Sich im Zentrum der Player positionieren 29
(Grundlagen -Training)

Beziehungsbrüche mit Kunden als Chance verstehen und nutzen 30
(Grundlagen-Training)

Potenzialmanagement

Potenzialanalysen im Kundenumgang durchführen 31
(Grundlagen-Training)

Change-Management in Kundenservice und Vertrieb 32
(Intensiv-Training)

Innovationshunger im Vertrieb systematisch implementieren 34
(Grundlagen-Training)

Ertragssteigerung planen, argumentieren und nachvollziehbar einfordern 35
(Grundlagen-Training)

Kundenverhältnisse zu Branchenpräsenz ausbauen 36
(Grundlagen-Training)

Agilität in Kundenservice und Vertrieb erzeugen 37
(Grundlagen-Training)

Kunden als Verstärker der eigenen Marktpräsenz instrumentalisieren 38
(Grundlagen-Training)

Strategische Expansion: Sich zielsicher „in aller Munde“ bringen 39
(Grundlagen-Training)

Inspirierende Führung in Kundenservice und Vertrieb 40
(Grundlagen-Training)

Mitarbeiter durch Zielvereinbarungen zu Höchstleistung motivieren 41
(Grundlagen-Training)

Beziehungsaufbau in Vertrieb und Kundenservice

Nutzen des Trainings

Das nachhaltige Zusammenführen von Geschäftsparteien bildet die Grundlage aller dauerhaften Erfolge unternehmerischen Schaffens. Es beinhaltet auf der Grundlage ehrlichen Interesses an Kooperation und beiderseitigen Vorteilen, eine omnipräsente Fokussierung auf die Bedürfnisse von Partnern und deren situative Gewichtung.

Um den Erwartungshaltungen von geschäftlichen Partnern jederzeit gerecht zu werden und sie idealerweise zu übertreffen, bedarf es einem Verständnis von Wirkung und Einflussnahme aller aktiv involvierten „Aufbaubeteiligten" von Beziehungen. Die Zufälligkeit angewandten Handwerkszeuges erscheint Partnern als kompetent und attraktiv.

Einzelne Mitarbeitende, Teams und deren Führungskräfte erzeugen die Zufälligkeit und Leichtigkeit ihrer Außenwirkung durch fundiertes Wissen, intensive Selbstreflexion, gezielten Einsatz persönlicher Stärken, zielgruppenorientierte, kommunikative Gewandtheit und die Anwendung von stets messerscharfen Einsatzmitteln.

Einsatzmittel und Verhaltensweisen zu kennen, sie bedarfsgerecht auszuwählen und anzuwenden ist Grundlage des Aufbaus erfolgreicher und nachhaltiger Beziehungen. Die Teilnehmer dieses Trainings erlernen diese anhand vielfältiger Methodik und Übungsmöglichkeiten. Direktes Feedback festigt das Erlernte und eröffnet Entwicklungsoptionen.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen von Beziehungen in unternehmerischen Verantwortungsfeldern
   - Beziehungstypen und die Rollen ihrer Beteiligten
   - Interessen unterschiedlicher Parteien und wie sie sichtbar werden
   - Die Erfüllung von Bedarf und Bedürfnis in Kundenservice und Vertrieb
   - Welche Komponenten Beziehungen unwiderstehlich erscheinen lässt
2. Aufrichtige Beziehungsanbahnung und Beziehungsentwicklung
   - Aktiv Vertrauen und Verlässlichkeit signalisieren, etablieren und implementieren
   - Wertebewusstes Auftreten mit Persönlichkeit
   - Geschäftliche Partner für gemeinschaftliche Erfolge begeistern
   - Kunden zu Partnern machen - Techniken zurückhaltender Präsenz
3. Kompetenzentwicklung im Umgang mit Kunden
   - Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Fragetechniken
   - Ergebnisorientierte Gesprächssteuerung durch situative Spontanität und Agilität
   - Aufrichtige Zuvorkommenheit gezielt einsetzen
   - Unpopuläre oder negative Nachrichten ohne Beziehungsschädigung vermitteln
4. Beziehungen dauerhaft festigen und zu Werten entwickeln
   - Systematische Kontakt- und Netzwerkpflege durch gezielte Präsenzsteuerung
   - Partnerschaftliches Verhalten in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Beziehungen erweitern, Aufträge vergrößern, Nähe aufbauen
   - Erfolge als beiderseitigen Gewinn darstellen und angemessen feiern

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- den Umgang mit Kunden einschätzen und beeinflussen zu können.
- Beziehungen mit Kunden zu steuern und zu entwickeln.
- Kunden zu Partnern zu machen.
- die eigenen Kompetenzen zu kennen und systematisch zu erweitern.
- situative Stärke im Umgang mit Kunden sichtbar zu machen.
- nachhaltige Kundenerlebnisse zu schaffen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Die Erwartungshaltung von Kunden kennen und erfüllen

Nutzen des Trainings

So unterschiedlich wie die Ausrichtung, der Umfang, die Bedingungen und Erfüllungsparameter von Aufträgen, sind auch die Erwartungshaltungen verschiedener Kunden. Sie unterscheiden sich sowohl bezüglich inhaltlicher Priorisierungen (Bedarfserfüllung), insbesondere jedoch durch die sichtbare Kooperationsmethodik (Bedürfniserfüllung).

Die Erwartungshaltung verschiedener Kunden frühzeitig zu erkennen, zu deuten und zu bewerten, um ihnen darauffolgend eine Handlungsdramaturgie entgegenzustellen, ist die Kompetenz, die Personen im Umgang mit Kunden zwingend erfüllen sollten, ist sie doch der Öffner erfolgreicher und nachhaltiger Kundenbeziehungen.

Personen, die Erwartungshaltung im Sinne prosperierenden Unternehmertums erfüllen und konditionieren möchten versuchen, ihre Kunden kennenzulernen, sie zu lesen und das eigene Verhalten so auszurichten und anzupassen, dass es eine veritable Schnittmenge mit der Erwartungshaltung des Kunden ergibt.

Die Teilnehmer dieses Trainings erlernen, auf welche Weise Erwartungshaltungen erkannt und erfüllt werden können. Sie begreifen, wie die eigene Präsenz Kunden beeinflusst und welche Handlungsoptionen sich daraus ableiten lassen, um dem Kunden dauerhaft, mit dem Erstkontakt beginnend, ein guter Partner erfolgreicher Geschäfte zu sein.

Inhalte des Trainings

1. Unterschiedliche Erwartungshaltungen von Kunden erkennen
   - Das gesprochene Wort verstehen und interpretieren
   - Intonation, Geschwindigkeit, Tonfall und Stimme des Kunden deuten
   - Mimik, Gestik, Körperhaltung, Raumpräsenz und Bewegung interpretieren
   - Erwartungshaltungen bestimmen und zu Handlungsoptionen erweitern
2. Eigenes Verhalten auf die Erwartungshaltung von Kunden abstimmen
   - Reflexion des eigenen Verhaltens in unterschiedlichen Situationen
   - Die eigene Außenwirkung und ihre lesbaren Zeichen kennen
   - Manipulation eigener Zeichen zur Erfüllung von Erwartungshaltungen einsetzen
   - Authentizität in der Erfüllung von Erwartungshaltungen wahren
3. Diagnostische Methodik zur Interpretation von Erwartungshaltungen
   - Gesprächstechniken, Fragetechniken, Suggestionen, Provokationen
   - Durch das Einnehmen verschiedener Positionen Reaktionen hervorrufen
   - Dramaturgische Steuerung von Prozessen gezielt zur Diagnostik einsetzen
   - Schärfung der Interpretation durch Limitation und Separation
4. Beiderseitigen Mehrwert durch Kooperationskompetenz erschaffen
   - Systematische Kontakt- und Netzwerkpflege durch gezielte Präsenzsteuerung
   - Partnerschaftliches Verhalten in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Beziehungen erweitern, Aufträge vergrößern, Nähe aufbauen
   - Kunden zu Partnern machen: Wie man außergewöhnliche Erlebnisse schafft

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Erwartungshaltungen von Kunden zu erkennen, zu deuten und zu erfüllen.
- Beziehungen mit Kunden durch das eigene Verhalten aktiv zu entwickeln.
- Kunden durch die eigene Persönlichkeit zu Partnern zu machen.
- Diagnostik zur Erwartungsdefinition einsetzen.
- Situative Stärke im Umgang mit Kunden sichtbar zu machen.
- Nachhaltige Kundenerlebnisse zu schaffen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Dem Dienst am Kunden Wertigkeit verleihen

Nutzen des Trainings

Verhältnisse zu Kunden sollten von beiderseitigem Interesse an partnerschaftlichem Umgang und gemeinsamen Erfolgen geprägt sein, um dauerhafte und belastbare Kooperationen zu etablieren, die allen Beteiligten reale Erfolge bescheren und investierte Anstrengungen und Kompetenzen rechtfertigen.

Kundenverhältnisse unterliegen im Verlauf sequenziell Fehldeutungen und entwickeln sich zu einem Ungleichgewicht, sodass an sich partnerschaftliche Kooperationen zu einseitigem Mehraufwand und Belastungen führen, denen ein Gegengewicht in Form von Wertsteigerung zugeteilt werden sollte, um initial hochwertige Beziehungen zu schützen.

Betriebswirtschaftliche Sinnhaftigkeit muss in allem Handeln langfristig für jegliche Kooperationsbeteiligten sichtbar bleiben. Dem Kunden die Vorteile exzellenten Kundendienstes darzulegen und dafür nachvollziehbare Gegenwerte einzufordern ist elementar für das gemeinsame Erreichen von Zielen und beiderseitigen Erfolg.

Dieses Training sensibilisiert die Teilnehmenden für die Kosten vorbildlichen Kundenservices und den Wert eigener Kompetenzen. Es befähigt sie für den Dienst am Kunden einen Gegenwert zu formulieren, der dauerhafte Kooperation unterstützt. Teilnehmende lernen ihrem Handeln einen realen Wert zuzuschreiben und Werte einzufordern.

Inhalte des Trainings

1. Der Dienst am Kunden aus der Sicht des Kunden
   - Kundendienst schließt eigene Ressourcen-, Leistungs- und Kompetenzlücken
   - Der Dienst am Kunden: Stärkung eigener Erfolge
   - Kundendienst = Unterstützung, Flexibilität, Verantwortungsübertragung
   - Expertenwissen, Erfahrung, Qualitätsverantwortung, Leistungspflicht
2. Der Dienst am Kunden aus der Sicht des Dienstleisters
   - Vorhandene Kompetenzen im Sinne dauerhafter Beziehungen mit Kunden teilen
   - Die scheinbare Unmöglichkeit Diensten am Kunden einen Wert beizumessen
   - „Erbsenzählerei“ als verantwortungsvollen Geschäftssinn akzeptieren
   - Forderungen von Kunden sind legitim, erfordern jedoch Zeit, Zuarbeit, Aufwand
3. Dem Dienst am Kunden Wertigkeit geben
   - Kooperationen realistisch und nachvollziehbar definieren und formulieren
   - Methoden der aktiven Steuerung von Kooperationsverhältnissen
   - Die transparente Darlegung von Leistungen, Kompetenzen und Diensten
   - Das Einfordern realistischer Gegenwerte
4. Fachliche und persönliche Kompetenzen im Umgang mit Kundenforderungen
   - Transparenz erzeugen, Verlässlichkeit zeigen, Vorteile unterstreichen
   - Aufwände formulieren, Gegenwerte einfordern, eigene Werte vertreten
   - Kommunikative Kompetenz für schwierige Gespräche professionalisieren
   - Die emotionale Entkopplung als Garant erfolgreicher Verhandlungen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- die eigenen Leistungen, Kompetenzen, Erfahrungen und Kenntnisse zu bewerten.
- den Mehrwert guter Dienste aus der Sicht des Kunden zu begreifen.
- Standfestigkeit bezüglich Forderungen zu erlernen.
- legitime Gegenwerte zu formulieren und verständlich zu kommunizieren.
- Kooperation durch Wertigkeit zu stärken und dauerhafte Vorteile zu benennen.
- Kunden als Partner auf Augenhöhe gegenüberzutreten.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Der professionelle Auftritt beim Kunden (physisch)

Nutzen des Trainings

Jeglichen Produkten und Dienstleistungen werden durch verschiedenste Faktoren beeinflussbare Wertigkeiten gegeben. Einige der Parameter werden durch Innovation, Qualität, Markenstärke oder Kapazitäten erfüllt, andere hingegen hängen von der Leistungsdarstellung und ihren Darstellern ab.

Die unternehmerische Leistung (Produkt, Dienstleistung) optimal unterstützend, kennen das Unternehmen vertretende Repräsentanten die gewünschte Wertigkeit des Handelsgutes und dessen erforderliche Vermarktung bei potenziellen Kunden. Die Vermarktung sollte das Gut bestmöglich verstärken, um den Kaufwillen des Kunden aktiv anzuregen.

Der persönliche Auftritt bei potenziellen Kunden ist das intensivste und aufwändigste, aber auch erfolgreichste Werkzeug der Vertriebstätigkeit. Es erfordert ausgeprägte Kompetenzen der auftretenden Person, die im Wesentlichen aus persönlichen Fähigkeiten und deren geeignetem Einsatz bestehen.

Teilnehmende dieses Trainings kennen die elementaren Komponenten erfolgreicher und kraftvoller Auftritte bei Kunden und sind sich ihrer persönlichen Wirkung bewusst. Sie setzen Kompetenzen zielgerichtet ein und signalisieren Professionalität und Selbstsicherheit zur Unterstützung der Wertigkeit des zu vermarktenden Handelsgutes.

Inhalte des Trainings

1. Reflexion persönlicher Kompetenzen
   - Die eigenen Stärken hervorheben, Schwächen gezielt entwickeln
   - Das Idealbild persönlichen Wirkens zeichnen und abwägen
   - Entwicklungsfelder systematisch erschließen
   - Authentizität im Idealbild verhaften und kontinuierlich sichtbar machen
2. Die Vorbereitung professioneller Auftritte bei Kunden
   - Die persönliche, intrinsische Motivation zur Höchstleistung konditionieren
   - Haltung, Denkansatz, Zielsetzung, Kompromisse definieren und verinnerlichen
   - Außenwirkung, Standing, Auftrittsgrundsätze, Highlights durchdenken
   - Auftragsdetails, Darstellungen, Zahlen, Angebotsdetails vorbereiten
3. Kommunikationskompetenz im Kundenumgang
   - Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Fragetechniken
   - Ergebnisorientierte Gesprächssteuerung durch situative Spontanität und Agilität
   - Aufrichtige Zuvorkommenheit gezielt einsetzen
   - Eigene Forderungen und Anliegen ohne Beziehungsschädigung vermitteln
4. Eindrucksvolle Präsenz erzeugen
   - Stärke, Härte, Gewandtheit, Seniorität und Resilienz vermitteln
   - Räumliche Präsenz einnehmen / einfordern
   - Verbindlichkeit und Verlässlichkeit als Beziehungsgrundsätze sichtbar machen
   - Der entscheidende Augenblick: Die Beendigung eines Auftrittes

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- den Auftritt bei potenziellen oder etablierten Kunden zu professionalisieren.
- eigene Kompetenzen und persönliche Fähigkeiten gezielt einzusetzen.
- Kunden auf Augenhöhe zu begegnen und bleibenden Eindruck zu hinterlassen.
- kommunikative Kompetenz zu entwickeln und gezielt einzusetzen.
- wertebasierte Kooperationen mit Kunden einzugehen und stetig zu entwickeln.
- Auftritte beim Kunden durch sich häufende Erfolge lieben zu lernen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Eindrucksvolles Verhalten in Video-/ Telefonkonferenz

Nutzen des Trainings

Die Kommunikation mit Kunden und Geschäftspartnern hat sich in den letzten Jahren mit immer größerer Dynamik und wachsender Relevanz von physischen Kontakten vor Ort zu telefon- oder videobasierten Treffen gewandelt. Es handelt sich um einen Paradigmenwechsel in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung, der sich noch fortsetzen wird.

Telefon- und Videokonferenzen müssen alles ersetzen, was Geschäftspartner in der Vergangenheit, gemeinsam in einem Raum sitzend, im direkten Austausch miteinander erreicht haben. Das bedeutet, dass Telefon- und Web-Konferenzen und ihre Potenziale optimal verstanden und eigene Wirkungsoptionen treffsicher eingesetzt werden müssen.

Den physischen Auftritt und Eindruck deckungsgleich in Telefon- und Web-meeting zu gewährleisten erfordert Selbstreflexion, Selbstkonditionierung, ausgeprägte kommunikative Kompetenz, vielfältige Übungen, Wirkungswissen und unzählige, zu beachtende Kleinigkeiten, die dem Kunden einen starken und professionellen Eindruck vermitteln.

Die Teilnehmenden dieses Trainings erlernen kraftvoll und eloquent in Telefon- und Videokonferenzen zu erscheinen, Stimmungen von Kunden aufzunehmen und adäquat darauf zu reagieren. Sie erlernen die besonders gelagerte Kommunikation in Telefon- und Videokonferenzen und wie man Kunden ein eindrucksvolles Treffen auf Distanz bietet.

Inhalte des Trainings

1. Das passende Medium für jedes Gespräch auswählen
   - Einzelgespräche, Gruppensitzungen, Konferenzen, Präsentationen, Moderationen
   - Telefongespräch, Telefonkonferenz, Web-meeting, Web-Konferenz, Präsentation
   - Telefonische Statusgespräche, Kritikgespräche, Verhandlungen, Terminierungen
   - Web-basierte Produktvorstellung, Auftragsbesprechung, Reporting-Konferenzen
2. Medienkompetenz entwickeln
   - Die eigene Wirkung durch Motivation, Stimmung und Positionierung beeinflussen
   - Die Stimme in Telefon-/ Videokonferenzen optimal angepasst einsetzen
   - Position, Bewegung, Figuren, Präsenz, Aktionsradius, Haltung in Web-meetings
   - Authentische Mimik und Gestik / Einsatz von Zeichensprache in Videokonferenzen
3. Kommunikative Kompetenzen
   - Kommunikationseigenheiten in Telefon- und Videokonferenzen berücksichtigen
   - Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Fragetechniken
   - Ergebnisorientierte Gesprächssteuerung durch situative Spontanität und Agilität
   - Unpopuläre oder negative Nachrichten ohne Beziehungsschädigung vermitteln
4. Den Kunden ins Zentrum allen Handelns bringen
   - Kompromisslose Erfüllung von Bedarfen und Bedürfnissen von Geschäftspartnern
   - Höflichkeit und Zuvorkommenheit als Garant erfolgreicher Gespräche einsetzen
   - Aktiv Zuhören, Verhalten spiegeln, sich der Gesprächsstimmung anpassen
   - Aufrichtiges Interesse signalisieren, Begeisterung zeigen und gekonnt auslösen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Telefon- und Videokonferenzen optimal für die Zielerreichung einzusetzen.
- starke Präsenz und Professionalität in nicht-physischen Treffen zu zeigen.
- die Potenziale von Telefon- und Videokonferenzen zu erkennen und zu entwickeln.
- eigene Kompetenzen zu stärken und aus guten Beispielen anderer zu lernen.
- durch Einsatz technischer Komponenten gewandt und routiniert zu erscheinen.
- nachhaltige Kundenerlebnisse via Telefon und Web-Konferenz zu schaffen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Das Verhalten von Kunden in Videokonferenzen analysieren

Nutzen des Trainings

Die Kundenkommunikation hat sich in vielen Unternehmen in den letzten Jahren mit ansteigender Dynamik und wachsender Relevanz von physischen Kontakten vor Ort zu videobasierten Treffen gewandelt. Es handelt sich um eine dauerhafte Entwicklung, die sich insbesondere in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung noch weiter fortsetzen wird.

Videokonferenzen müssen alles ersetzen, was Geschäftspartner in der Vergangenheit, gemeinsam in einem Raum sitzend, im direkten Austausch miteinander erreicht haben. Das bedeutet, dass Videokonferenzen sowohl die Präsentation eigener Anliegen und Ziele unterstützen, in erster Linie jedoch ein Positionsbild des Kunden transportieren müssen.

Die Deutung und Bewertung wahrnehmbarer Verhaltensweisen von Kunden in Videokonferenzen erfordert in erster Linie große Aufmerksamkeit, erhält jedoch erst durch Interpretationskompetenz von Stimme, Intonation, Mimik, Gestik, Bewegungsraum, Satzinhalt, Ausdruck, Geschwindigkeit und Lautstärke einen validierbaren Wert.

Die Teilnehmenden dieses Trainings erlernen Kunden und Geschäftspartner in Videokonferenzen genau im Blick zu haben, um evtl. aussagekräftige Details wahrnehmen und interpretieren zu können. Sie wissen auf welche Weise Informationen zur Nutzung eigener Vorteile aufbereitet und zielgerichtet wieder eingesetzt werden können.

Inhalte des Trainings

1. Verhaltensanalyse von Menschen (Grundlagen)
   - Visuell: Haltung, Körperspannung, Bewegungsspektrum, Mimik, Gestik, Gebaren
   - Akustisch: Stimme, Nebengeräusche, Lautstärke, Reinheit, Sorgfalt
   - Linguistisch: Wortwahl, Ausdruck, Komplexität, Geschwindigkeit, Endungen
   - Psychisch: Intention, Motivation, Kooperation, Argumentation, Toleranz
2. Verhaltensweisen und ihre Aussagekraft in Videokonferenzen deuten und werten
   - Informationsbeschaffung aus der Körpersprache von Kunden
   - Die Stimme des Kunden vollständig aufnehmen und detailliert interpretieren
   - Das gesprochene Wort und seine primäre und sekundäre Aussagekraft
   - Psychische Auffälligkeiten von Kunden interpretieren
3. Verhaltensweisen von Kunden in Videokonferenzen aktiv beeinflussen
   - Interpretation, Antizipation, Suggestion, Provokation
   - Verlaufsmanipulation: Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie
   - Aktive Gesprächssteuerung: Fragetechniken, Schlussfolgerungen, Parteinahme
   - Non-verbales Verhalten zur Manipulation von Kunden einsetzen
4. Reaktionsoptionen auf das Verhalten von Kunden in Videokonferenzen
   - Unaufgeregte Neutralität und emotionslose Objektivität
   - Aktive Einflussnahme und gewinnender Veränderungswille
   - Offensive Frontenbildung und argumentativer Schlagabtausch
   - Pädagogische Konditionierung und emotionale Verstärkung

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Videokonferenzen als Informationsbank kennenzulernen.
- im Verhalten Ihrer Kunden wertvolle Details für die eigene Zielerreichung zu lesen.
- sich intensiv und hochaufmerksam auf Ihre Kunden einzustellen.
- Kunden in ihrem Verhalten zu beeinflussen und für eigene Themen zu begeistern.
- angemessen auf unterschiedliche Verhaltensweisen zu reagieren.
- Kunden professionelle(r) Gesprächspartner(in) zu sein.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Grundlagen der Bestandskundenpflege

Nutzen des Trainings

Dauerhaft zufriedene, kontinuierlich, jedoch unregelmäßig präsente Kunden, bilden die Grundlage aller unternehmerischen Erfolge. Sie bergen als „low hanging fruits“ das „Brot und Butter“-Geschäft betrieblicher Aktivitäten und stellen häufig, scheinbar selbstverständlich und unaufgeregt, signifikante Umsatzanteile dar.

Diese Bestandskunden sind das Rückgrat der meisten Unternehmungen, werden allerdings in der Regel nicht mit der angemessenen Aufmerksamkeit und Sorgfalt, Verantwortung, Aktivität und Motivation behandelt, wie dies zum Beispiel bei vielen Neukunden der Fall ist. Ihre Loyalität wird hingegen mit einem akzeptierten Selbstverständnis quittiert.

Personen und betriebliche Gruppen im Umgang mit Kunden müssen in höchstem Maße für die signifikante Abhängigkeit von Bestandskunden sensibilisiert sein und daraus abzuleitende, aktive Handlungsoptionen, im Sinne einer qualitativ hochwertigen und wertschätzenden, dauerhaften Fortführung intensiver Kooperation, sichtbar machen.

Die Teilenehmenden dieses Trainings erlernen, Bestandskunden erneut in den Fokus des Unternehmens zu rücken und durch Aufmerksamkeit, Wertschätzung und kontinuierliche Präsenz die Schnittstellen der Kooperation zu festigen. Sie kennen Methoden der Beziehungsbildung und Kommunikation und wissen, wie Netzwerke genutzt werden.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen der Bestandskundenpflege: Was Beziehungen Substanz verleiht
   - Verschiedene Bestandskundentypen und ihre differierenden Rollen verstehen
   - Interessen unterschiedlicher Bestandskunden und wie sie sichtbar werden
   - Die Erfüllung von Bedarf und Bedürfnis in Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung
   - Nachhaltige Beziehungsfestigung zu Bestandskunden
2. Aufrichtige, wertschätzende und belastbare Beziehungsentwicklung
   - Aktiv Vertrauen und Verlässlichkeit signalisieren, etablieren und implementieren
   - Wertebewusstes Auftreten bei Bestandskunden mit Persönlichkeit
   - Sich unersetzbar machen: Der Bestandskunde im Zentrum aller Handlungen
   - Bestandskunden zu Partnern machen - Techniken zurückhaltender Präsenz
3. Kontinuierliche Kompetenzentwicklung im Bestandskundenumgang
   - Positionierung, Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Fragetechniken
   - Dem Kunden ein Partner werden: Spontanität und Agilität, Witz und Optimismus
   - Aufrichtige Zuvorkommenheit in der Bestandskundenpflege
   - Authentizität als Stärkung von Beziehungen auf Augenhöhe
4. Beziehungen zu Bestandskunden dauerhaft festigen und zu Werten entwickeln
   - Systematische Kontakt- und Netzwerkpflege durch gezielte Präsenzsteuerung
   - Partnerschaftliches Verhalten in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Beziehungen erweitern, Aufträge vergrößern, Nähe aufbauen, unersetzbar sein
   - Wertebasierte Kooperation substanziell aufbauen, pflegen und weiterentwickeln

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- den Umgang mit Bestandskunden einschätzen und beeinflussen zu können.
- Beziehungen zu Bestandskunden zu steuern und zu entwickeln.
- Bestandskunden zu Partnern zu machen.
- die eigenen Kompetenzen zu kennen und systematisch zu erweitern.
- situative Stärke im Umgang mit Bestandskunden sichtbar zu machen.
- nachhaltige Kundenerlebnisse zu schaffen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Eigene Ziele aktiv zu Kundenzielen werden lassen

Nutzen des Trainings

Unternehmerisches Wachstum aktiv zu gestalten ist der übergeordnete Auftrag jeglicher Unternehmungen, die eine substanzielle Marktrelevanz für sich reklamieren und zukunftsorientiert eine Stärkung von Position und Einflussoptionen anstreben. Der Auftrag hat zur Folge, dass Kunden diesen Weg aktiv mitgestalten und dauerhaft beschreiten müssen.

Unternehmensziele so zu definieren und kommunizieren, dass Kunden und Geschäftspartner diese nicht nur unterstützen, sondern sogar eigene Zielbeschreibungen danach ausrichten, stellt die Weiterentwicklung von Kooperation dar und lässt sich als Partnerschaft kollektiver Ziele mit individueller Verantwortung und Ausrichtung beschreiben.

Ziele selbst zu formulieren und umzusetzen, Kunden von der Richtigkeit und dem Erfolg der Ausrichtung zu überzeugen und die Arbeitsweise als beiderseitigen Vorteil zu gestalten erzeugt einerseits erforderliche Wandelung von reaktivem Verhalten zu aktiver Steuerung, andererseits große Verantwortung und substanziellen Kenntnissaufbau.

Die Teilnehmenden dieses Trainings verstehen, was unternehmerische Win-win-Partnerschaften bedeuten und wie sie initiiert und gepflegt werden. Sie wissen wie eigene Ziele zu kollektiven Vorteilen erweitert werden und kennen ihre individuellen Optionen von Einflussnahme und aktiver Stärkung unternehmerischer Positionierung bei Kunden.

Inhalte des Trainings

1. Ziele definieren und kommunizieren
   - Methoden der Definition, Abgrenzung, Spezifizierung und Priorisierung von Zielen
   - Ziele verständlich aufbereiten und nachvollziehbar darstellen
   - Die Vermarktung eigener Ziele als Vertriebsprozess mit Erfolgsauftrag verstehen
   - Rollen und Verantwortlichkeiten vorgeben und festschreiben
2. Beeinflussung, Steuerung und Überzeugung von Kunden aktiv initiieren
   - Methoden der Beeinflussung von Menschen im geschäftlichen Kontext
   - Techniken der Gesprächsführung, Verhandlungstechniken
   - Nachhaltigen Vertrauensaufbau systematisch gestalten und substanziell festigen
   - Fachliche und persönliche Kompetenzen zur Überzeugungsfestigung einsetzen
3. Verlässlichkeit im Kundenverhältnis als Grundlage kollektiver Ziele aktiv zeigen
   - Kontinuität durch dauerhaft gleichbleibende Arbeitsweisen und Abläufe
   - Konstanter Vertrauensaufbau durch beständige und bekannte Kontaktwege
   - Nachvollziehbarkeit durch detaillierte und aussagekräftige Dokumentation
   - Aktive Einbeziehung des Kunden durch zielgruppenorientierte Kommunikation
4. Transparenz im Kundenverhältnis als Grundlage gemeinsamer Erfolge schaffen
   - Pilotierung von Leistungen, Evaluation von Qualität und Kundenzufriedenheit
   - Kontinuierliche, leistungsbezogene und angemessene Information des Kunden
   - Regelmäßige Leistungsabgleiche zwischen Kunden und Lieferanten
   - Monitoring, Reporting, Tracking, Kundenkonten und Historien etablieren

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Kunden und Lieferanten / Dienstleister dauerhaft als Partner zu etablieren.
- eigene Ziele zu definieren und intensive Kooperationen mit Kunden einzugehen.
- Verlässlichkeit und Transparenz in den unternehmerischen Alltag zu integrieren.
- Kunden und Geschäftspartner zu beeinflussen, zu steuern und zu überzeugen.
- eigene Kompetenzen einzuschätzen und zu entwickeln.
- nachhaltig erfolgreiche Kundenbeziehungen durch kollektive Erfolge einzugehen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag
.

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Dem Kunden Schwächen und Unsicherheiten als Stärken begreifbar machen

Nutzen des Trainings

Kunden und Geschäftspartner wählen zur Umsetzung ihrer Aufgaben und Erreichung unternehmerischer Ziele die stärksten und verlässlichsten Kooperationen mit dem Wissen, dass auch diese den Schwankungen äußerer Einflüsse und evtl. nicht beeinflussbarer Unwägbarkeiten in der Erfüllung ihrer Verantwortungen unterliegen.

Erfüllende vereinbarter Leistungen haben ihrerseits die Verantwortung, allen Absprachen und Zusagen jederzeit innerhalb tolerabler Abweichungen zu entsprechen und darüber hinaus evtl. Mängel, Verlangsamungen und / oder Ausfälle als Auftrag zu verstehen, die Schwachstelle schnellst- und bestmöglich zu beseitigen.

Durch auftretende Schwierigkeiten in der Erfüllung von Absprachen wird eine beiderseitige Unvollkommenheit sichtbar und trägt dazu bei, Leistungen einem Ideal näher zu bringen und somit Wettbewerber zurückzulassen. Elementar für die Toleranz einer solchen Fehlerkultur zwischen Partnern ist die aktive Konditionierung des Kunden.

Teilnehmende dieses Trainings erlernen die Darstellung schwieriger Themen, unpopulärer Entscheidungen, fehlerhaften Verhaltens und / oder verursachter Schäden realistisch und optimistisch als Lernprozess zu formulieren und dem Kunden über einen Positionswechsel Geschehenes als Stärkung von Leistungen und daran beteiligter Personen darzustellen.

Inhalte des Trainings

1. Leistungsanalysen durchführen und zielgruppenoptimiert darstellen
   - Leistungsschwankungen intern eliminieren und Informationsweitergabe stoppen
   - Auswirkung von Leistungsschwächen auf die Gesamtleistung gekonnt darstellen
   - Totalausfall mithilfe von Alternativen, Optionen und Szenarien abmildern
   - Wissentliche Nichterfüllung als internen Auftrag der Verbesserung kommunizieren
2. Kommunikationskompetenz und -verhalten im Sinne des Kunden optimieren
   - Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Authentizität in Kundengesprächen
   - Kundenorientiertes Verhalten durch aktive Gesprächsführung sichtbar machen
   - Methoden der Kommunikationsoptimierung in Kundenservice, Vertrieb, Einkauf
   - Steuerung von Kunden durch Fragetechniken, Suggestion und Konfrontation
3. Fehlerkultur in unternehmerischen Kooperationen etablieren
   - Definitionen Fehlerkultur, Kooperation, Zielerreichung, Qualitätsoptimierung
   - Positive Auswirkungen von Schwächen und Unsicherheiten auf Leistungsqualität
   - Methoden zum Erlernen von Akzeptanz und Notwendigkeit von Fehlern
   - Präventive Implementierung von Reaktionsoptionen bei Leistungsabweichungen
4. Leistungsabweichungen als Stärke darstellen
   - Den konstruktiven und positiven Wortschatz aktivieren und situativ einsetzen
   - Methoden der Eindämmung von Reaktionsmustern zur Entemotionalisierung
   - Klarheit in Kontext, Entwicklung, Abweichung und Ergebnis formulieren
   - Zukunftsorientierte Kommunikation als Darstellungsoption für Stärke einsetzen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Leistungsschwächen als Auftrag für Optimierung zu verstehen.
- Leistungsabweichung zielgruppengerecht und differenziert darzustellen.
- die eigene Kommunikationskompetenz zu reflektieren und ggf. zu optimieren.
- kundenorientierte Kommunikation und damit verbundenes Verhalten anzuwenden.
- Negatives positiv darzustellen.
- Fehlerkultur in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung (Einkauf) zu etablieren.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Kooperationsentwicklung: Vom Kundenservice zum Kundenerlebnis

Nutzen des Trainings

Unabhängig von der Dauer von Kundenbeziehungen, Inhalten, Umfang, Werten oder Erfolgen ist die Grundlage jeglicher Kooperationen, dem Kunden alles zur Verfügung zu stellen, um erfolgreiche Geschäfte Dank der eigenen Leistungen machen zu können. Der Service am Kunden steht dabei im Vordergrund und muss omnipräsent sichtbar sein.

Kundenservice basiert auf der betriebswirtschaftlichen Grundannahme „Geht es dem Kunden gut, geht es mir gut". Die Weiterentwicklung dieser Annahme bezieht Faktoren aus Marketing und Lernpsychologie mit ein und etabliert durch Verstärkung, Optimismus und Freude ein Bedürfnis im Kunden, das dieser immer wieder befriedigen möchte.

Personen oder Gruppen mit Kundenumgang befriedigen die Bedürfnisse von Kunden durch das erschaffen von Kundenerlebnissen, die als Grundlage Wissen, Kompetenz und Erfahrung signalisieren, jedoch durch Zuvorkommenheit, Wertschätzung, Verständnis, Wissensweitergabe, Geduld und Zuhören den Unterschied zum Kundenservice darstellen.

Teilnehmende dieses Trainings kennen den Unterschied der Begrifflichkeiten Kundenservice und Kundenerlebnis. Sie verinnerlichen die Anforderungen an sie selbst und reflektieren eigene Kompetenzen und Optimierungsbedarfe zur Erfüllung erweiterter Rollen und Verantwortungen im Schaffen von Kundenerlebnissen.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen zu Kundenservice und Kundenerlebnissen
   - Traditionelle und weiterentwickelte Inhalte erfolgreichen Kundenservices
   - Die Bedeutung guten Kundenservices für Kunden
   - Komponenten eindrucksvoller und nachhaltiger Kundenerlebnisse
   - Was regelmäßige Kundenerlebnisse in Kunden auslösen
2. Kundenservice zu Kundenerlebnissen weiterentwickeln
   - Persönliche Haltung, Kundenverständnis, Dienstleistungsverständnis, Win-win
   - Methoden der Kooperations- und Beziehungsentwicklung erfolgreich anwenden
   - Authentizität als Alleinstellungsmerkmal im Kundenumgang kraftvoll einsetzen
   - Den Kunden vollumfänglich ins Zentrum eigenen Denkens und Handelns setzen
3. Persönliche Kompetenzanalyse und -entwicklung
   - Techniken der Kompetenzanalyse: Feedback, SWOT, 360°, Skip-level-Feedback
   - Positionierungs-, Gesprächsführungs-, Wirkungs-, Darstellungstechniken
   - Persönliche und soziale Kompetenzen analysieren und im Kundenumgang zeigen
   - Optimismus, Lösungsorientiertheit, Leichtigkeit und Freude vermitteln
4. Beziehungen zu Kunden dauerhaft festigen und zu Werten weiterentwickeln
   - Systematische Kontakt- und Netzwerkpflege durch gezielte Präsenzsteuerung
   - Partnerschaftliches Verhalten in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Beziehungen erweitern, Aufträge vergrößern, Nähe aufbauen, unersetzbar sein
   - Kundenerlebnisse systematisch weiterentwickeln

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- den aktuellen Umgang mit Kunden zu analysieren und beeinflussen zu können.
- Kundenverhältnisse zu intensivieren, um dauerhaft kollektive Erfolge abzusichern.
- Kundenservice zu Kundenerlebnissen weiterzuentwickeln.
- die eigenen Kompetenzen zu kennen und systematisch zu erweitern.
- den Kunden ins Zentrum allen Denkens und Handelns zu bringen.
- nachhaltige und belastbare Kundenzufriedenheit zu etablieren.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Wertschätzende Gesprächsführung im Umgang mit Kunden

Nutzen des Trainings

Idealerweise werden „gesunde“ Verhältnisse zwischen ebenbürtigen Partnern als respektvolles und belastbares Zusammenspiel von einander zugewandten, gemeinsame Ziele verfolgende Interessensvertretungen bezeichnet, die auf Augenhöhe und mit sichtbaren Anzeichen gewünschter Kooperation, gegenseitigen Freiraum gewähren.

Diese Verhältnisse müssen beiderseitig erkannt, gewünscht und entwickelt werden, um Gleichberechtigung zu initiieren und zu fördern. Häufig bewegt sich hierfür und zur Verdeutlichung favorisierter Kooperationsprägung eine der beteiligten Seiten in eine erkennbare, vorbildliche Positionierung, der das Gegenüber mühelos folgen kann.

Vorbildliche Positionierung durch wertschätzende Gesprächsführung erfordert fundiertes Wissen, intensive Selbstreflexion, gezielten Einsatz persönlicher Stärken, zielgruppenorientierte, kommunikative Gewandtheit und die Anwendung von stets messerscharfen Einsatzmitteln.

Einsatzmittel und Verhaltensweisen zu kennen, sie bedarfsgerecht auszuwählen und anzuwenden ist Grundlage des Aufbaus wertschätzender Gesprächsführung. Die Teilnehmer dieses Trainings erlernen diese anhand vielfältiger Methodik und Übungsmöglichkeiten. Direktes Feedback festigt das Erlernte und eröffnet Entwicklungsoptionen.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen wertschätzender Gesprächsführung
   - Bedürfnisse von Gesprächspartnern erkennen und bedienen
   - Eigene Bedürfnisse mit denen von Gesprächspartnern zusammenführen
   - Gemeinsamkeiten erkennbar machen und zu kollektiven Zielen weiterentwickeln
   - Dramaturgie wertschätzender Gesprächsführung situativ einsetzen
2. Initiation wertschätzender Gesprächsführung
   - Präsente Wertschätzung bei Erstkontakten - „Der Ton macht die Musik“
   - „Kundenglück“ als Auftrag eigenen Verhaltens omnipräsent einsetzen
   - Beliebt und Willkommen statt aufdringlich und anbiedernd
   - Kunden zu Partnern machen - Techniken zurückhaltender Präsenz
3. Techniken zum Führen erfolgreicher Gespräche mit Kunden
   - Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Fragetechniken
   - Ergebnisorientierte Gesprächssteuerung durch situative Spontanität und Agilität
   - Aufrichtige Zuvorkommenheit gezielt einsetzen
   - Unpopuläre oder negative Nachrichten ohne Beziehungsschädigung vermitteln
4. Wertschätzung als Grundverständnis verstehen und sichtbar machen
   - Wertschätzende Kontakt- und Netzwerkpflege durch aufrichtige Beteiligung
   - Entwaffnende Zuvorkommenheit in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Kunden überwältigen - Das scharfe Schwert der Freundlichkeit
   - Eigenes Verhalten als Grundsatz partnerschaftlichen Austausches etablieren

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- die Bedürfnisse von Kunden und Schnittstellen zu erkennen und zu deuten.
- Kunden durch aufrichtiges Interesse ins Zentrum ihres Handelns zu bewegen.
- Kunden zu Partnern zu machen.
- Gesprächsführung so zu steuern, dass sich Kunden ihr nicht entziehen möchten.
- Kunden in eine wertschätzende Beziehung auf Augenhöhe zu führen.
- Nachhaltige Kommunikationserlebnisse zu schaffen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Eindrucksvoll präsentieren im Kundenumgang

Nutzen des Trainings

Unabhängig von der Auswahl des Mediums ist die kundenorientierte Präsentation eigener Angebote der Moment, auf dessen Grundlage Aufträge und Kooperationen entschieden werden. Jegliche Kompetenzen sind daher auf diesen Anlass auszurichten, um der Anbahnung und Entwicklung von Kundenbeziehungen eine Auftragserteilung folgen zu lassen.

Präsentationen können nur dann als gelungen bezeichnet werden, wenn sich der Kunde in seinen Bedarfen und Bedürfnissen verstanden, respektiert und herausgestellt fühlt. Es ist daher erforderlich, die eigene Haltung und Motivation bezüglich der Darstellung von Leistungen in Höchstform zu bringen und ein eindrucksvolles Erlebnis zu schaffen.

Personen im Kundenumgang senden fortwährend Nachrichten, bewusst und unbewusst. Dasselbe gilt für Präsentationen. Um diesem kontinuierlichen Senden von Informationen ein Regelwerk, eine Folge oder auch ein System an die Seite zu stellen, bedarf es Reflexion, Kompetenz und Methodik, die den Kunden stets in den Fokus eigenen Handelns setzen.

Teilnehmende dieses Trainings erlernen, die eigene Wirkung in Präsentationen mit Erwartungshaltungen von Kunden in Einklang zu bringen und somit eindrucksvolle Präsentationserlebnisse zu erzeugen, die idealerweise den entscheidenden Aspekt der Auftragserteilung darstellen.

Inhalte des Trainings

1. Die persönliche Wirkung in Präsentationen auf die Bedürfnisse von Kunden anpassen
   - Die eigene Außenwirkung und ihre typischen Zeichen kennen
   - Reaktionen des Kunden interpretieren
   - Sukzessive Annäherung von eigener Leistung und der Erwartung von Kunden
   - Situative Präsenz durch Spontanität und Agilität
2. Präsentationskompetenz
   - Haltung, Wirkung, Motivation, Kompetenz, Präsenz sichtbar machen
   - Raumpräsenz und Bewegung gezielt einsetzen
   - Mimik, Gestik, Stimme, Intonation, Geschwindigkeit, Lautstärke, Interaktion
   - Das gesprochene Wort und seine Potenziale ausschöpfen
3. Gewandtheit und Seniorität in Präsentationen sichtbar werden lassen
   - Gelassenheit, stilistische Pausen, Wohlfühlgesten, Bewegungsspektrum
   - Stimmungen von Kunden analysieren, adaptieren und multiplizieren
   - Story-telling: unvergessliche Präsentationserlebnisse schaffen
   - Humor, Spannung und Betroffenheit gezielt zur Ergebnisannäherung einsetzen
4. Den Kunden in den Fokus der eigenen Präsentation bewegen
   - Präsentationsdramaturgie, Gesprächstechniken, Interaktionsmethodik
   - Präsentationen einzigartig und für den Kunden wertvoll machen
   - Die Wertschätzung des Kunden durch omnipräsente Bedürfniserfüllung
   - Die Beteiligung von Kunden an eindrucksvoller Wissensvermittlung

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Präsentationen kundenorientiert zu entwickeln und durchzuführen.
- den Kunden stets im Zentrum all Ihrer Handlungen zu wissen.
- eindrucksvolle Präsentationserlebnisse zu schaffen.
- sich selbst als Vertriebskapazität zu verstehen und einzusetzen.
- die eigene Wirkung zu kennen und situativ zu verändern.
- Präsentationen als eigenen Mehrwert kennenzulernen und Spaß daran zu finden.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Verhandlungstechniken: nachhaltige Einigung erzielen

Nutzen des Trainings

Der unternehmerische Alltag in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung (Einkauf) ist geprägt von differierenden Positionen innerhalb gemeinsamer Ausrichtungen. Kunden und Dienstleister sind gleichermaßen an dauerhaften, wertvollen Beziehungen miteinander interessiert, müssen einander jedoch einzelne Inhalte bisweilen verdeutlichen.

Die Verdeutlichung respektiert idealerweise differierende Interessen von Beteiligten, fordert Kompromissbereitschaft, berücksichtigt aber auch die „Roten Linien" der Machbarkeit. In Verhandlungen werden Positionen einander nähergebracht, sodass sich zum Ende aller professionellen Absprachen die Interessenvertreter ausnahmslos gestärkt fühlen können.

Professionelle Verhandlungen basieren auf erlernten Techniken und persönlicher Kompetenz der unterschiedlichen Beteiligten. So ist das Ziel, technisch intensive und handwerklich ausgereifte Verhandlungen in einer sympathischen und gewinnenden Grundstimmung zu führen, in der alle Beteiligte sich persönlich wohlfühlen können.

Die Teilnehmenden dieses Trainings erlernen neben einer Vielzahl technischer Methoden, Verhandlungen erfolgreich zu steuern, die erforderliche Reflexion persönlicher, kommunikationsunterstützender Kompetenzen und wie sie diese zielorientiert einsetzen können, um ihr Gegenüber argumentativ und persönlich zu gewinnen.

Inhalte des Trainings

1. Den Sinn und das Potenzial von Verhandlungen verstehen und verinnerlichen
   - Grundlagen der Interessenverdeutlichung
   - Die Wichtigkeit der persönlichen Haltung zu Verhandlungen entwickeln
   - Verhandlungen als elementare Willensbekundung guter Geschäfte verstehen
   - Rollen und Interessen von Verhandlungsbeteiligten kennenlernen
2. Verhandlungen respektvoll initiieren, wertschätzend umsetzen und abschließen
   - Methoden der Verhandlungssteuerung und der Verhandlungsführung
   - Methoden der sichtbaren Positionierung mit eigenen Zielen
   - Argumentative Stärke aufbauen, sie situativ abrufen und einsetzen können
   - Gesprächstechniken, Fragetechniken, Suggestionen, Provokationen
3. Kompetenzentwicklung
   - Bedürfniserfüllung der Verhandlungspartner verstehen und anwenden
   - Situative Spontanität und Agilität erlernen
   - Gastgeberqualitäten beweisen: Aufrichtige Zuvorkommenheit gezielt einsetzen
   - Standpunkte und Forderungen ohne Beziehungsschädigung vertreten
4. Verhandlungen mit nachhaltiger Einigung abschließen
   - Die elementaren Komponenten erfolgreicher Verhandlungen „abarbeiten"
   - Die Wichtigkeit substanzieller Vor- und Nachbereitung von Verhandlungen
   - Troubleshooting: Wenn Verhandlungen in die falsche Richtung gehen
   - Erfolge als beiderseitigen Gewinn darstellen und angemessen feiern

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Verhandlungen als Selbstverständnis im Kundenumgang zu akzeptieren.
- Verhandlungstechniken und Möglichkeiten der Steuerung variabel einzusetzen.
- die Kompetenzen der eigenen Persönlichkeit optimal zu nutzen.
- Rahmenbedingungen zu schaffen, die Verhandlungen passiv beeinflussen.
- Verhandlungen mit System vor- und nachzubereiten.
- Verhandlungspartner dauerhaft in profitable Geschäftsbeziehungen zu bewegen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Gesprächskompetenz zur Beeinflussung von Kunden gezielt einsetzen

Nutzen des Trainings

Kunden und Geschäftspartnern mit ausgeprägtem, authentischem und transparentem kommunikativem Geschick gegenüberzutreten kann den Unterschied zwischen Kooperation und Separation, Sympathie und Antipathie oder Auftragserteilung und Nichtbeauftragung ausmachen.

Die Kompetenz guter Gesprächsführung umfasst weit mehr als umfassende Ausdrucksstärke und störungsfreien Wortfluss, sie bedeutet darüber hinaus auch persönliches Engagement, gewinnende Einbeziehung, emotionale Reaktionen und vieles mehr erzeugen zu können, um es z.B. für das Erreichen unternehmerischer Ziele nutzbar zu machen.

Um unternehmerische Interessen bestmöglich gegenüber Kunden vertreten zu können, sollten Personen im Kundenumgang ihre Gesprächskompetenz soweit professionalisieren, dass sie das Verhalten von Kunden aktiv beeinflussen können. Erst dann ist es ihnen zuzutrauen, unternehmerische Vorteile professionell zu platzieren.

Die Teilnehmenden dieses Trainings erlernen die vielschichtige Komplexität von Gesprächsführung und ihre Einsatzoptionen. Sie trainieren die Anwendung kommunikativer Kompetenzen anhand eigener Beispiele aus der beruflichen Praxis und schärfen ihr Gesprächsverhalten zur systematischen Beeinflussung von Kunden.

Inhalte des Trainings

1. Möglichkeiten differenzierter Gesprächsführung beruflich ausschöpfen
   - Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Fragetechniken
   - Kooperation, Motivation, Suggestion, Eskalation, Provokation
   - Intonation, Geschwindigkeit, Lautstärke, Reflexion
   - Unterstützendes Verhalten: Mimik, Gestik, Positionierung, Bewegung
2. Die Gesprächsführung des Kunden aufnehmen, interpretieren, bewerten
   - Aktives Zuhören, aufmerksames Beobachten, Erstellung von Gesamteindrücken
   - Gesamteindrücke mit eigenen Erfahrungen abgleichen
   - Kundenpositionen bewerten und eigene Handlungsoptionen definieren
   - Das eigene Gesprächsverhalten auf den Kunden ausrichten
3. Den Kunden beeinflussen
   - Methoden manipulativer Gesprächssteuerung im unternehmerischen Kontext
   - Die Erfüllung von Bedarf und Bedürfnis zur Zielerreichung nutzen
   - Aufrichtige Zuvorkommenheit gezielt einsetzen
   - Gezielt Stimmungen erzeugen, Emotionen hervorrufen, Kooperation festigen
4. Beziehungen dauerhaft festigen und zu Werten weiterentwickeln
   - Systematische und authentische Kontakt- und Netzwerkpflege
   - Partnerschaftliches Verhalten in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Beziehungen intensivieren, Aufträge vergrößern, Nähe aufbauen, unersetzbar sein
   - Erfolge als beiderseitigen Gewinn darstellen und angemessen feiern

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- die eigene kommunikative Kompetenz zu überprüfen und zu erweitern.
- Techniken der Gesprächsführung kennenzulernen und anzuwenden.
- Kunden detailliert und nachhaltig mit Ihren Themen / Zielen vertraut zu machen.
- als professionelle(r) Gesprächspartner(in) in Erscheinung zu treten.
- Kooperationen mit Kunden nach Ihrer Ausrichtung zu etablieren / festigen.
- nachhaltige Kundenerlebnisse zu schaffen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Konfliktlösung im Kundenumgang

Nutzen des Trainings

Jegliche Zusammentreffen von Menschen beinhalten das Potenzial von Meinungsverschiedenheiten, negativ verlaufender Entwicklung und die Entstehung, Entwicklung und Eskalation substanzieller Konflikte. Menschen neigen dazu, die Lösung von Konflikten von verstreichender Zeit abhängig zu machen und sie vorschnell für ausgeräumt zu erklären.

Konflikte im Umgang mit Kunden können und dürfen derartiger Missdeutung und Willkür nicht unterliegen und müssen substanziell und kenntnisreich bearbeitet und aufgelöst werden, um eine situative Beziehungsschwäche nicht zu einer dauerhaften und zerstörerischen Spaltung an sich kooperierender Parteien anwachsen zu lassen.

Substanzielle und kenntnisreiche Bearbeitung und Auflösung von Konflikten bedeutet herauszufinden, worin der Konflikt gründet, wie er sich entwickelt hat, welche Akteure involviert sind und welche Optionen der Konfliktlösung bestehen. Für jede einzelne Komponente der Konfliktlösung sind unterschiedliche Kenntnisse und Erfahrungen erforderlich.

Die Teilnehmenden dieses Trainings kennen Konfliktpotenziale im Umgang mit Kunden. Sie wissen auf welche Weise präventive Handlungen Konflikte eindämmen, wie Konflikte verlaufen und wie man sie stoppt und löst, um das Verhältnis zum Kunden nicht unnötig zu belasten. Teilnehmende erlernen Methoden der Konfliktintervention.

Inhalte des Trainings

1. Konflikte erkennen und einschätzen (Grundlagen zu Konflikten)
   - Konfliktformen im unternehmerischen Umgang mit Kunden
   - Konflikte mit Einzelpersonen und Personengruppen
   - Inhaltliche und / oder personenbedingte Konflikte
   - Aktive und passive Akteure, direkt und indirekt Beteiligte
2. Konflikte als Störung zulassen und benennen
   - Konflikte: Situative Eskalation substanzieller Zerwürfnisse (Anamnese)
   - Konflikte: Schwächen von Beteiligten und gemeinsamer Ziele (Auswirkungen)
   - Konflikte: Unterbrechung inhaltlicher Absprachen (Priorisierung)
   - Konflikte: Transparenz und Offenheit der Ursachen des Konfliktes (Investigation)
3. Konflikte im Sinne prosperierender Kundenverhältnisse ausräumen
   - Methoden der Eskalationseindämmung und Konfliktlösung
   - Konflikte behandeln ohne die Wertschätzung für den Kunden zu verlieren
   - Zukunftsorientiert Argumentieren statt Vergangenheit kontinuierlich zu zitieren
   - Konflikte nachhaltig und auf Augenhöhe beenden
4. Stärkung individuellen Konfliktverhaltens im Umgang mit Kunden
   - Präventionskompetenz durch Sensibilisierung und praxisnahe Handlungsoptionen
   - Situativ gelassener Umgang mit schwierigen Kunden
   - Konfliktlösungskompetenz: Die Negativ-Spirale mit Kraft durchbrechen
   - Reaktivierung positiver Kundenverhältnisse

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Konflikte präventiv und pro-aktiv einzudämmen und / oder zu verhindern.
- Konflikte zu erkennen, sie zu steuern, abzuschwächen und nachhaltig aufzulösen.
- Kundenverhältnisse nach Konflikten wieder erfolgreich aufzunehmen.
- Kunden auch in Konflikten wertschätzende(r) Partner(in) zu sein.
- das eigene Konfliktverhalten zu überprüfen und zu optimieren.
- nachhaltig substanzielle Kundenverhältnisse zu entwickeln.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Zielgruppenorientierte Kommunikation: Sich auf den Kunden einstellen

Nutzen des Trainings

Kunden und Geschäftspartner stehen im Zentrum jeglicher Ausrichtung und Handlungen erfolgreichen Unternehmertums. Was für das Angebot an Leistungen, die Vermarktung und die Phase der Geschäftsanbahnung wie selbstverständlich gilt, stellt Kunden im Verlauf einer Geschäftsbeziehung immer wieder vor unverständliche Schwierigkeiten,

Geschäftsbeziehungen verlieren in der Routine häufig ihren Reiz und werden somit immer gleichförmiger und übertragbarer von Kunde zu Kunde. Kunden bemerken diese lapidare Herabstufung insbesondere durch unpersönliche Kommunikation, die immer oberflächlicher und genereller zu werden scheint.

Um dauerhaft erfolgreiche Kundenverhältnisse zu pflegen und weiterzuentwickeln ist es für Personen im Umgang mit Kunden unabdingbar, diese als individuelle Persönlichkeiten ins Zentrum ihres Handelns zu setzen und Ihnen mit ausgeprägter kommunikativer Kompetenz zu verdeutlichen, dass sie geschätzt und willkommen sind.

Teilnehmende dieses Trainings lernen, dass sich Kunden in einer Vielzahl von Faktoren voneinander unterscheiden und dass eine normierte Kommunikation niemals das Interesse eines wertvollen Kunden treffen kann. Sie wissen sich individuell auf ihre Zielgruppe einzustellen und auf adäquate Weise erfolgreich zu kommunizieren.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen zielgruppenorientierter Kommunikation
   - Zielgruppendefinition und Analyse von Eigenschaften und Voraussetzungen
   - Bedarfs- und Bedürfnisanalysen verschiedener Zielgruppen
   - Kommunikationsstile, Kommunikationsmethodik, Kommunikationsmittel
   - Zielgruppenorientierte Kommunikation
2. Kommunikationskompetenz: Den Kunden im Fokus
   - Gesprächstechniken, Gesprächsgewichtung, Gesprächsdramaturgie, Fragetechniken
   - Kontinuierliche Annäherung eigenen Verhaltens an die Zielgruppe
   - Wertschätzende Kommunikation in Wort, Schrift und Bild
   - Priorität, Alleinstellung, Wichtigkeit des Kunden formulieren und transportieren
3. Außergewöhnliche Kommunikationserlebnisse schaffen
   - Wortschatz-, Ausdrucks-, Lautstärken- und Geschwindigkeitsanpassung
   - Mimik, Gestik, Haltung, Bewegungsspektrum und Stimme auf Kunden abstimmen
   - Packende Anekdoten, zerstreuendes Story-telling, Suggestionen, Provokationen
   - Das Verhalten des Kunden aufnehmen und multiplizieren
4. Persönliche Reflexion und Entwicklung von Optimierungsoptionen
   - Reflexion persönlicher Kommunikationskompetenzen
   - Flexibilisierungs- und Erweiterungsoptionen von Wortschatz und Ausdruck
   - Das Interesse an Kunden dauerhaft auf hohem Niveau halten
   - Prävention von oberflächlicher Gleichgültigkeit und lapidarer Generalisierung

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- als „Sender“ von Kommunikation die „Empfänger“ als Maßstab für Erfolg zu sehen.
- eigene Kommunikationskompetenzen zu reflektieren und ggf. zu optimieren.
- präziser und erfolgreicher mit unterschiedlichen Kunden zu kommunizieren.
- außergewöhnliche Kommunikationserlebnisse mit Kunden zu schaffen.
- Methoden der Gesprächsführung und Gesprächssteuerung zu erlernen.
- nachhaltige Kundenerlebnisse zu schaffen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Sympathisch wirken im Umgang mit Kunden

Nutzen des Trainings

Unabhängig von Anlass und Bedingungen, bilden sich immer dann, wenn Menschen unterschiedlicher Motivation und Persönlichkeit aufeinandertreffen Verbindungen, die auf der Basis objektiver oder menschlicher Sympathien gründen und dazu beitragen, dass individuelle Mehrwerte und Wohlbehagen entstehen können.

Mehrwerte und Wohlbehagen im unternehmerischen Umgang mit Kunden zu erzeugen, bilden die Grundlage, dauerhafter und prosperierender Geschäftsbeziehungen. Sympathien taktisch zu orchestrieren und umsetzungsstark einzusetzen erfordert die Kompetenz, Faktoren der Sympathieentwicklung zu isolieren und konditionieren zu können.

Kooperationen mit Kunden, die auf den elementaren Grundlagen Vertrauen, Verlässlichkeit, Leistungswillen und Ehrlichkeit gründen, erfahren durch einander entgegengebrachte Sympathien eine beinahe grenzenlos motivierende Leistungsstärke, die der Erreichung gemeinsamer Ergebnisse zugeführt wird und somit nur Gewinner kennt.

Die Teilnehmenden dieses Trainings erlernen ihre Sympathiefaktoren kennenzulernen und für einen situativen Einsatz im Umgang mit Kunden hervorzuheben und gewinnbringend einzusetzen. Sie kennen allgemeine, bislang für sie unbekannte Methoden der Sympathieanalyse und -steigerung und reflektieren Potenziale authentischer Adaption.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen von Sympathiefaktoren und ihre Sichtbarkeit im Umgang mit Kunden
   - Auf Werten basierende, menschliche und spirituelle Sympathien
   - Inhaltliche, fachliche, vorgehensbedingte Sympathien
   - Positionsbedingte, hierarchisch motivierte, titelbasierte und physische Sympathien
   - Auf persönliche und interpretatorische Positionierung bezogene Sympathien
2. Persönliche Sympathiefaktoren analysieren und konditionieren
   - Methoden der Selbst-/ Fremdbild-Analyse: SWOT, 360°, Skip-level-Feedback
   - Angestammte und angenommene Sympathiefaktoren
   - Individuelle und situationsunabhängige Sympathiefaktoren als Ideal definieren
   - Methoden der Konditionierung persönlicher Wirkungszeichen
3. Diagnostische Methodik zur Interpretation von Erwartungshaltungen des Kunden
   - Gesprächstechniken, Fragetechniken, Suggestionen, Provokationen
   - Durch das Einnehmen verschiedener Positionen Reaktionen hervorrufen
   - Dramaturgische Steuerung von Prozessen gezielt zur Diagnostik einsetzen
   - Schärfung der Interpretation durch Limitation und Separation
4. Persönliche Sympathiefaktoren und Erwartungshaltungen des Kunden im Einklang
   - Individuelle Zielbilder verteidigen, Authentizität wahren, Standfestigkeit zeigen
   - Kompromisse eingehen, Alternativen entwickeln, Positionswechsel abwägen
   - Forderungen durchsetzen, Anpassung einfordern, Kunden konditionieren
   - Methoden situativer (oberflächlicher) Sympathiestärkung einsetzen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Sympathie als Erfolgsfaktor im unternehmerischen Alltag zu erkennen / zu nutzen.
- Kundenbeziehungen durch Ihre Persönlichkeit weiterzuentwickeln.
- Ihre eigenen Stärken differenzierter zu benennen und einzusetzen.
- den Kunden und seine Erwartungshaltungen besser kennenzulernen.
- Methoden der Analyse und Entwicklung persönlicher Wirkungszeichen zu erlernen.
- Kundenverhältnisse als persönliche Bereicherung kennen und lieben zu lernen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Mimik, Gestik, Stimme in Video-/ Telefonkonferenzen ideal einsetzen

Nutzen des Trainings

Die immer häufiger und intensiver werdenden Telefon- und Videokonferenzen müssen mit den eingeschränkten Möglichkeiten von Darstellung und Wahrnehmung der Teilnehmenden alles ersetzen, was Geschäftspartner in der Vergangenheit, gemeinsam in einem Raum sitzend, im direkten Austausch miteinander erreicht haben.

Das bedeutet, dass Telefon- und Videokonferenzen und deren Potenziale optimal verstanden und eigene Wirkungsoptionen treffsicher eingesetzt werden müssen, um identische, idealerweise gesteigerte Ziele zu physischer Präsenz bei Kunden darzustellen und als Medien eines Paradigmenwechsels im Kundenumgang akzeptiert werden.

Den physischen Auftritt deckungsgleich in Telefon- und Web-meeting zu gewährleisten erfordert Selbstreflexion, Selbstkonditionierung, ausgeprägte kommunikative Kompetenz, vielfältige Übungen, Wirkungswissen und unzählige, zu beachtende Kleinigkeiten, die dem Kunden einen starken und professionellen Eindruck vermitteln.

Die Teilnehmenden dieses Trainings erlernen kraftvoll und eloquent in Telefon- und Videokonferenzen zu erscheinen, ihre kommunikativen Kompetenzen mit Mimik, Gestik und Stimme aktiv aufzuwerten und den Kunden abseits des gesprochenen Wortes, unterbewusst ein eindrucksvolles Treffen auf Distanz zu orchestrieren.

Inhalte des Trainings

1. Persönliche Wirkung formulieren und Einzelkomponenten kombinieren
   - Haltung, Stimmung, Anspruch und Antrieb definieren
   - Mimische Grundhaltung, Expressionen und Ausdrucksbilder bestimmen
   - Körperhaltung und -spannung, Bewegungsspektrum, gestische Bilder festlegen
   - Wohlfühlstimme mit positiver Außenwirkung und Sympathieaspekten kreieren
2. Einsatz von Mimik in Videokonferenzen
   - Die Erweiterung des gesprochenen Wortes um Gesichtsausdrücke
   - Vielfalt von Gesichtsausdrücken und ihr situativer Einsatz
   - Eigene Mimik reflektieren und erweitern
   - Authentische Mimik im Umgang mit Kunden
3. Einsatz von Gestik in Videokonferenzen
   - Die Erweiterung des gesprochenen Wortes um physisches Gebaren und Bewegung
   - Situative Verstärkungsoptionen und unterstützende Körperbilder aktiv einsetzen
   - Eigene Gestik und Bewegungen reflektieren und erweitern
   - Authentische Gestik und adäquater Bildereinsatz im Umgang mit Kunden
4. Einsatz von Stimme in Telefon- und Videokonferenzen
   - Die eigene Stimme (als Zuhörer) kennenlernen, bewerten und weiterentwickeln
   - Die Komponenten attraktiver, sympathischer, durchsetzungsstarker Stimmen
   - Methoden der Stimmoptimierung
   - Authentizität und Passgenauigkeit von Stimme und Stimmführer(in) abgleichen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Mimik, Gestik und Stimme als Kommunikationsmittel kennenzulernen.
- Ihre eigene Mimik und Gestik in Videokonferenzen optimal einzusetzen.
- die persönliche Stimme nach eigenen Wünschen der Außenwirkung zu verändern.
- gesprochene Worte angemessen durch nonverbale Kommunikation zu verstärken.
- präziser und vielseitiger zu kommunizieren.
- eigenen Auftritten bei Kunden ein durchdachtes und stimmiges Bild zu verleihen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Argumentationstechniken im Kundenumgang erlernen und anwenden

Nutzen des Trainings

Dauerhaft erfolgreiche und belastbare Kooperationen mit Kunden und Geschäftspartnern beinhalten Einigkeit und Zustimmung, aber auch Differenzen und Unverständnis. Ziel von Personen oder Gruppen im Umgang mit Kunden sollte es sein, Differenzen und Unverständnis zu minimieren und Konsens und Einsicht zu erzielen.

Konsens und Einsicht bedürfen Verständnis und Nachvollziehbarkeit, welche mittels zielgruppenorientierter Erläuterungen und der Berücksichtigung differierender Kenntnisstände unter Anwendung praxisorientierter Informationsmethodik und Argumentationstechniken den Kunden auf der Grundlage substanziellen Wissens agieren lassen.

Jegliche Personen im Umgang mit Kunden, ob kontinuierlich in den Bereichen Kundenservice, Vertrieb oder Beschaffung (Einkauf) oder unregelmäßig, z.B. in Abteilungen des Kerngeschäftes, sollten das objektive und emotionslose Argumentieren mit Kunden anhand erfolgreicher Methoden abrufen können, um einem Konsens aktiv näherzukommen.

Die Teilenehmenden dieses Trainings erlernen, wie es im Kundenumgang zu Differenzen und Unverständnis kommt, wie sie präventiv minimiert werden können und wie sie ihnen begegnen, wenn es erforderlich wird. Sie können verständlich erläutern und nachvollziehbar argumentieren, um Konsens und Einsicht zu erreichen.

Inhalte des Trainings

1. Differenzen und Unverständnis in Kundenverhältnissen verstehen
   - Grundlagen von Erläuterungen, Verdeutlichung und Argumentationen
   - Die persönliche Haltung zur Argumentation entwickeln
   - Argumentationen als elementare Komponente guter Geschäfte verstehen
   - Rollen und Interessen in Argumentationen kennenlernen und nachvollziehen
2. Argumentation respektvoll initiieren, wertschätzend umsetzen und abschließen
   - Methoden der Erläuterung, Verdeutlichung und Argumentation
   - Methoden der sichtbaren Positionierung mit eigenen Zielen
   - Argumentative Stärke aufbauen, sie situativ abrufen und einsetzen können
   - Gesprächstechniken, Fragetechniken, Suggestionen, Provokationen
3. Kompetenzentwicklung von Personen im Kundenumgang
   - Bedürfniserfüllung der Verhandlungspartner verstehen und anwenden
   - Situative Spontanität und Agilität erlernen
   - Gastgeberqualitäten beweisen: Aufrichtige Zuvorkommenheit gezielt einsetzen
   - Standpunkte und Forderungen ohne Beziehungsschädigung vertreten
4. Argumentation zum Erzielen von Konsens und Einsicht einsetzen
   - Die elementaren Komponenten erfolgreicher Argumentationen „abarbeiten“
   - Die Wichtigkeit substanzieller Vor- und Nachbereitung von Argumentationen
   - Troubleshooting: Wenn Argumentationen in die falsche Richtung gehen
   - Einsicht und Konsens als beiderseitigen Gewinn darstellen und angemessen feiern

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Argumentation als Selbstverständnis im Kundenumgang zu akzeptieren.
- Argumentationstechniken variabel einzusetzen.
- die Kompetenzen der eigenen Persönlichkeit optimal zu nutzen.
- Rahmenbedingungen zu schaffen, die Argumentationen passiv beeinflussen.
- Argumentationen mit System nachvollziehbar machen.
- Argumentationen zu entemotionalisieren und somit transparenter zu machen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Kunden unpopuläre Nachrichten konstruktiv vermitteln

Nutzen des Trainings

Nicht immer gestaltet sich die Erfüllung avisierter Leistungen als durchführbar oder lassen sich abgestimmte Kooperationsschritte aus einer Vielzahl von Gründen nicht in angestrebter Reihenfolge, zeitlicher Planung oder vereinbartem Kostenrahmen in der gewünschten Qualität einhalten. Das ist ärgerlich und birgt das Potenzial tiefer Zerwürfnisse.

Selbstverständlich bildet die Grundlage aller wertvollen und belastbaren Beziehungen zu Kunden im unternehmerischen Alltag der Grundanspruch, abweichende Leistungen vorausschauend zu vermeiden, in der Leistungserbringungsphase zu minimieren und bei Erfordernis transparent und wahrheitsgemäß mit dem Kunden zu teilen.

Unpopuläre Nachrichten gegenüber Kunden und Geschäftspartnern nachvollziehbar und lösungsorientiert darzustellen erfordert neben fachlicher Kompetenz, wie z.B. Kommunikations- und Präsentationstechniken, auch persönliche und soziale Kompetenz, wie Fokussierung und unterstützende Unaufgeregtheit in der Darstellung von Schwierigkeiten.

Teilnehmende dieses Trainings erlernen Techniken und Methoden der unaufgeregten und transparenten Darstellung unpopulärer Nachrichten. Sie können auf ein solides Fundament situativer Gesprächsführungstechniken zurückgreifen und erlernen Argumentationsstärke und Spontanität zu entwickeln und einzusetzen.

Inhalte des Trainings

1. Leistungsanalysen durchführen und zielgruppenoptimiert darstellen
   - Leistungsschwankungen intern eliminieren und Informationsweitergabe stoppen
   - Auswirkung von Leistungsschwächen auf die Gesamtleistung gekonnt darstellen
   - Totalausfall mithilfe von Alternativen, Optionen und Szenarien abmildern
   - Wissentliche Nichterfüllung als internen Auftrag der Verbesserung kommunizieren
2. Kommunikationskompetenz und -verhalten im Sinne des Kunden optimieren
   - Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Authentizität in Kundengesprächen
   - Kundenorientiertes Verhalten durch aktive Gesprächsführung sichtbar machen
   - Methoden der Kommunikationsoptimierung in Kundenservice, Vertrieb, Einkauf
   - Steuerung von Kunden durch Fragetechniken, Suggestion und Konfrontation
3. Fehlerkultur in unternehmerischen Kooperationen etablieren
   - Definitionen Fehlerkultur, Kooperation, Zielerreichung, Qualitätsoptimierung
   - Positive Auswirkungen von Schwächen und Unsicherheiten auf Leistungsqualität
   - Methoden zum Erlernen von Akzeptanz und Notwendigkeit von Fehlern
   - Präventive Implementierung von Reaktionsoptionen bei Leistungsabweichungen
4. Leistungsabweichungen als Stärke darstellen
   - Den konstruktiven und positiven Wortschatz aktivieren und situativ einsetzen
   - Methoden der Eindämmung von Reaktionsmustern zur Entemotionalisierung
   - Klarheit in Kontext, Entwicklung, Abweichung und Ergebnis formulieren
   - Zukunftsorientierte Kommunikation als Darstellungsoption für Stärke einsetzen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- präventiv die Übermittlung unpopulärer Nachrichten unnötig zu machen.
- Leistungsabweichung zielgruppengerecht und differenziert darzustellen.
- die eigene Kommunikationskompetenz zu reflektieren und ggf. zu optimieren.
- kundenorientierte Kommunikation und damit verbundenes Verhalten anzuwenden.
- Negatives positiv darzustellen.
- Fehlerkultur in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung (Einkauf) zu etablieren.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Grundlagen der Beziehungsentwicklung im Kundenverhältnis

Nutzen des Trainings

Ein intensives und belastbares Verhältnis mit Kunden zu führen basiert auf wenigen, dafür um so wichtigeren Grundverhaltensweisen, die bereits bei kleineren Abweichungen darüber entscheiden, in welche Ausprägung sich eine Kooperation entwickelt und ob sie im Verlauf als erfolgreich oder belastend angesehen werden muss.

Erfolgreiche Beziehungsentwicklung ist eng mit dem Grundverständnis aufrichtigen Handelns verbunden. Sie setzt Transparenz und Ehrlichkeit im Umgang voraus und erfordert die Kompetenz von Kontaktpersonen oder -gruppen, diese jederzeit eindrucksvoll sichtbar machen zu können.

Jede einzelne Person, die ihre Kontakte zu Kunden weiterentwickeln möchte, muss sich der eigenen Wirkung und individueller Handlungsoptionen bewusst sein. Der situative Einsatz authentisch wirkender Kompetenzen trägt dazu bei, dem Kunden die Möglichkeit zu geben, auf der Grundlage von Leistung und Sympathie Entscheidungen zu treffen.

Teilnehmende dieses Trainings erlernen ihre Kundenverhältnisse einzuschätzen und Optionen der Weiterentwicklung zu formulieren. Sie sind in der Lage, die Grundlagen der Beziehungsentwicklung in ihren Verantwortungsbereich zu übertragen und kennen die Wichtigkeit persönlicher Authentizität im Umgang mit Kunden.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen der Beziehungsentwicklung im Kundenverhältnis
   - Beziehungstypen und die Rollen ihrer Beteiligten
   - Interessen unterschiedlicher Parteien und wie sie sichtbar werden
   - Die Erfüllung von Bedarf und Bedürfnis in Kundenservice und Vertrieb
   - Welche Bausteine der Beziehungsentwicklung elementar erfüllt werden müssen
2. Beziehungsanbahnung und Beziehungsentwicklung als persönlicher Auftrag
   - Aktiv Vertrauen und Verlässlichkeit signalisieren, etablieren und implementieren
   - Die wertebewusste Persönlichkeit sichtbar machen
   - Authentizität erkennen, zulassen, bewusst einsetzen
   - Kunden zu Partnern machen - Techniken zurückhaltender Präsenz
3. Kompetenzentwicklung in der Beziehungspflege
   - Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Fragetechniken
   - Ergebnisorientierte Gesprächssteuerung durch situative Spontanität und Agilität
   - Aufrichtige Zuvorkommenheit gezielt einsetzen
   - Unpopuläre oder negative Nachrichten ohne Beziehungsschädigung vermitteln
4. Beziehungen dauerhaft festigen und zu Werten entwickeln
   - Systematische Kontakt- und Netzwerkpflege durch gezielte Präsenzsteuerung
   - Partnerschaftliches Verhalten in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Beziehungen erweitern und intensivieren
   - Gezielt Nähe aufbauen - Sich unentbehrlich machen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- die elementaren Grundlagen der Beziehungsentwicklung zu erlernen.
- Beziehungsentwicklung zu steuern und für die eigene Zieleerreichung zu nutzen.
- Kunden zu Partnern zu entwickeln.
- Die eigenen Kompetenzen zu kennen und systematisch zu erweitern.
- Authentizität im Umgang mit Kunden systematisch einzusetzen.
- Nachhaltige Kundenerlebnisse zu schaffen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Netzwerken: Die große Kunst der unaufdringlichen Präsenz

Nutzen des Trainings

Die richtigen Menschen zur richtigen Zeit für das passende Geschäft zu kennen, stellt die unbezahlbaren Zutaten erfolgreichen Unternehmertums dar. Sie mit lediglich geringem Aufwand unmittelbar nutzbar zu machen ist mehr als nur Glück - Das ist Können, das auf exzellenten Kontakten gründet und jederzeit seine Belastbarkeit beweisen kann.

Insbesondere in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung (Einkauf) sind gute Kontakte elementar. Sie herzustellen, zu pflegen, zu erweitern, zu differenzieren und untereinander zu verknüpfen erfordert Wissen, Aufwand, Interesse, Verbindlichkeit und kommunikative Kompetenz. Durch passgenaue Kenntnisse werden „Kontakte“ zu Netzwerken.

Netzwerke zu etablieren und optimal zu nutzen basiert auf der Kompetenz von Gruppen und ihren Mitgliedern: den Mitarbeitern und ihren Führungskräften. Netzwerke sind nur so ergiebig wie der Aufwand, den man in sie kontinuierlich investiert. Sie spiegeln das Engagement und die Kenntnisse desjenigen wider, der es für sich nutzbar machen möchte.

Die Teilnehmenden dieses Trainings erlernen eine Vielzahl von Methoden des Etablierens und Unterhaltens von Netzwerken. Sie wissen wie Netzwerke erweitert und genutzt werden ohne sie zu überreizen oder gar auszunutzen. Die Teilnehmenden können sich in Netzwerken kompetent aufhalten und sie geschäftlich nutzbar machen.

Inhalte des Trainings

1. Unterschiedliche Netzwerke erfordern unterschiedliches Verhalten
   - Das richtige Netzwerk finden oder bilden
   - Die Auswahl der Netzwerkteilnehmer steuern, befördern, eindämmen
   - Netzwerke durch eigene Themen beeinflussen und gezielt lenken
   - Das zielgruppenorientierte Verhalten in Netzwerken
2. Methoden der Netzwerketablierung, -pflege und-abwicklung
   - Die systematische Weiterentwicklung von „Ich melde mich wieder …“ etc..
   - Netzwerkbildung: Eindrucksvolle Kontaktaufnahmen
   - Bestandskundenpflege durch Gelassenheit und Verlässlichkeit
   - Aufwand-/ Nutzen-Analyse von bestehenden Netzwerken
3. Angemessenes Verhalten im Kundenkontakt / im Netzwerk
   - Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Fragetechniken
   - Ergebnisorientierte Gesprächssteuerung durch situative Spontanität und Agilität
   - Aufrichtige Zuvorkommenheit gezielt einsetzen
   - Unpopuläre oder negative Nachrichten ohne Beziehungsschädigung vermitteln
4. Beziehungen dauerhaft festigen und zu Werten entwickeln
   - Das steuern der Kontaktpflege durch Primär- und Sekundäranliegen
   - Partnerschaftliches Verhalten in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Beziehungen erweitern, Aufträge vergrößern, Nähe aufbauen
   - Kein Terminende ohne weitere Verabredungen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- bestehende Netzwerke auf ihre Qualität zu überprüfen und ggf. zu verändern.
- Ihre Netzwerkkompetenzen zu erweitern und Gelerntes erfolgreich anzuwenden.
- vorübergehende Kunden zu dauerhaften Partnern zu machen.
- Ihren Auftritt in Netzwerken zu stärken und bleibende Eindrücke zu hinterlassen.
- neue Netzwerke zu etablieren, zu steuern und geschäftlich zu nutzen.
- stets informiert zu sein und dadurch Wettbewerbsvorteile zu generieren.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Beziehungsfestigung: Sich unersetzbar machen

Nutzen des Trainings

Nachhaltiges Zusammenführen von Interessensparteien bildet die Grundlage aller dauerhaften Erfolge unternehmerischen Schaffens. Es beinhaltet auf dem Fundament ehrlichen Interesses an Kooperation und beiderseitigen Vorteilen, eine omnipräsente Fokussierung auf die Bedürfnisse von Partnern und deren situative Ausrichtung.

Um den Erwartungshaltungen von geschäftlichen Partnern jederzeit gerecht zu werden und sie idealerweise zu übertreffen, bedarf es einem Verständnis von Wirkung und Einflussnahme aller aktiv involvierten Beteiligten wachsender Beziehungen. Die Zufälligkeit angewandten Handwerkszeuges erscheint Partnern als gekonnt und attraktiv.

Einzelne Mitarbeitende, Teams und deren Führungskräfte erzeugen die Zufälligkeit und Leichtigkeit ihrer Außenwirkung durch fundiertes Wissen, intensive Selbstreflexion, gezielten Einsatz persönlicher Stärken, zielgruppenorientierte, kommunikative Gewandtheit und die Anwendung von stets messerscharfen Einsatzmitteln.

Einsatzmittel und Verhaltensweisen zu kennen, sie bedarfsgerecht auszuwählen und anzuwenden ist Grundlage der Pflege erfolgreicher und nachhaltiger Beziehungen. Die Teilnehmer dieses Trainings erlernen diese anhand vielfältiger Methodik und Übungsmöglichkeiten. Direktes Feedback festigt das Erlernte und eröffnet Entwicklungsoptionen.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen der Beziehungspflege: Was Beziehungen Substanz verleiht
   - Verschiedene Beziehungstypen und differierende Rollen verstehen
   - Interessen unterschiedlicher Beteiligter und wie sie sichtbar werden
   - Die Erfüllung von Bedarf und Bedürfnis in Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung
   - Nachhaltige Beziehungsfestigung mit System
2. Aufrichtige, wertschätzende und belastbare Beziehungsentwicklung
   - Aktiv Vertrauen und Verlässlichkeit signalisieren, etablieren und implementieren
   - Wertebewusstes Auftreten mit Persönlichkeit
   - Sich unersetzbar machen: Der Kunde im Zentrum aller Handlungen
   - Kunden zu Partnern machen - Techniken zurückhaltender Präsenz
3. Kontinuierliche Kompetenzentwicklung im Kundenumgang
   - Positionierung, Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Fragetechniken
   - Dem Kunden ein Partner werden: Spontanität und Agilität, Witz und Optimismus
   - Aufrichtige Zuvorkommenheit gezielt einsetzen
   - Authentizität als Stärkung von Beziehungen auf Augenhöhe
4. Beziehungen dauerhaft festigen und zu Werten entwickeln
   - Systematische Kontakt- und Netzwerkpflege durch gezielte Präsenzsteuerung
   - Partnerschaftliches Verhalten in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Beziehungen erweitern, Aufträge vergrößern, Nähe aufbauen, unersetzbar sein
   - Wertebasierte Kooperation substanziell aufbauen, pflegen und weiterentwickeln

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- den Umgang mit Kunden zu willkommener Gemeinsamkeit weiterzuentwickeln.
- Beziehungen mit Kunden zu festigen, sie zu steuern und nachhaltig zu nutzen.
- ausgewählte Kunden zu gern gesehenen Partnern zu machen.
- die eigenen Kompetenzen der Kundenpflege zu kennen und zu erweitern.
- situative Stärke im Kundenumgang sichtbar zu machen und stetig auszubauen.
- nachhaltige Kundenerlebnisse zu schaffen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Motivation von Mitarbeiter*innen mit Kundenumgang systematisch steigern

Nutzen des Trainings

Unternehmen sollten sich dafür verantwortlich fühlen, alle Mitarbeiter*innen individuell zu qualitativer und quantitativer Hochleistung zu bewegen. Darüber hinaus ist es der Erfahrung und dem Geschick der Verantwortlichen zuzumessen, Potenziale der Belegschaft zu erkennen und diese im Sinne betrieblicher Wachstumssteigerung zu aktivieren.

In Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung hat Motivation eine besondere Wichtigkeit, leitet sie doch Unternehmensinterna an die wichtigsten externen Personen weiter, die es für die Gestaltung erfolgreicher Geschäfte gibt: die Kunden. Ziel ist daher, das Unternehmen durch Leistungsfähigkeit, Einsatzwillen, Loyalität und Fleiß zu repräsentieren.

Wir sensibilisieren Teilnehmende für das Thema Mitarbeitermotivation und motivieren sie, Methoden der Motivation in den betrieblichen Alltag zu integrieren. Bei uns lernen Teilnehmende die Vielschichtigkeit von Motivation kennen und werden überrascht sein, dass Motivation in den wenigsten Fällen etwas mit einem geldlichen Mehraufwand zu tun hat.

Wir statten Teilnehmende mit Wissen und Wissenswertem rund um das Thema Motivation aus und zeigen die Grenzverläufe zwischen „gesunder“ Motivation und übertriebener Fürsorge. Das Training hat ein hohes Gesamttempo und zeichnet sich durch ein Gleichgewicht traditioneller und moderner Methoden aus.

Inhalte des Trainings

1. Motivationsformen und ihre Anwendungsfelder (Grundlagen zu Motivation)
   - Monetäre / Nicht monetäre Motivation
   - Individuelle Motivation, Teammotivation, Motivation größerer Einheiten
   - Passgenaue Ideen zur Motivation von Mitarbeitenden entwerfen
   - Aufwand / Nutzen von Mitarbeitermotivation
2. Motivation in Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung und allg. Kundenumgang
   - Die Außenwirkung motivierter Mitarbeiter*innen auf die Kundenzufriedenheit
   - Intrinsische Motivation fördern, extrinsische Motivation steigern
   - Methoden der Motivationssteigerung in kommunikativen Arbeitsumfeldern
   - Wertebasierte Mitarbeiterzufriedenheit
3. Anerkennung kontinuierlicher und sichtbarer Motivation einzelner Mitarbeiter*innen
   - „High-performer“, „Performer”, „Low-performer“ und „No-performer“
   - Konsequenzen vorbildlicher, zufriedenstellender, unterdurchschnittlicher Leistung
   - Motivation Einzelner zu gruppendynamischer Ausbreitung nutzen
   - Möglichkeiten der positiven Verstärkung vorbildlich motivierter Mitarbeiter*innen
4. Transparenz erzeugen, Erwartungen formulieren, Ziele abstimmen, Feedback geben
   - Methoden zur Formulierung nachvollziehbarer Ziele
   - Methoden zur Informationsweitergabe und Informationsbeschaffung
   - Feedback als Motivationsinstrument innerhalb der Belegschaft verankern
   - Best-practise-Beispiele für Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Mitarbeitermotivation als wichtiges Aushängeschild des Unternehmens zu sehen.
- die Motivation von Mitarbeitenden zu beeinflussen und betrieblich zu nutzen.
- über Mitarbeiterzufriedenheit die Kundenzufriedenheit zu entwickeln.
- die Kompetenz, Verlässlichkeit und Loyalität von Mitarbeitenden zu entwickeln.
- Motivation von Mitarbeitenden als Wettbewerbsvorteil einzusetzen.
- zufriedene Kunden an das Unternehmen zu binden.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Transparenz und Verlässlichkeit im Kundenverhältnis erzeugen

Nutzen des Trainings

Geschäftspartner benötigen in ihrer Rolle als Kunden, ebenso wie jegliche andere Unternehmungen, die sich in geschäftlichen Kooperationen als Lieferanten von Leistungen zeigen, ein hohes Maß an Verlässlichkeit ihrer Zulieferer und Dienstleister, um ihrerseits Kunden zufriedenzustellen, die somit eine eigene Position am Markt rechtfertigen.

Verlässlichkeit in der Anbahnung von Geschäftsverhältnissen zu signalisieren und sie in der Unterhaltung wachsender Beziehungen für den Kunden auch tatsächlich sichtbar zu machen, bedeutet die Grundregeln der Integrität durch transparentes Handeln, maßgeschneiderte Kommunikation und Beständigkeit von Ansprechpartnern zu erfüllen.

Transparenz und Verlässlichkeit aktiv als Grundsatz für den Umgang mit Kunden zu formulieren und auch jederzeit erfüllen zu können erfordert Kenntnisse und Übernahme von Verantwortung jeglicher Personen und Gruppen, die Kunden wertvolle Partner sein möchten, um gemeinsame Geschäfte zu gemeinsamen Erfolgen werden lassen.

Teilnehmende dieses Trainings verstehen wie wichtig Verlässlichkeit durch Transparenz und Transparenz durch Verlässlichkeit in Geschäftsbeziehungen sind und welche Verantwortungen sie bei der Erfüllung haben. Sie kennen ihre Rollen und können diese durch Reflexion und Entwicklung profilieren und professionalisieren.

Inhalte des Trainings

1. Verlässlichkeit im Kundenverhältnis und wie man sie erzeugt
   - Kontinuität durch dauerhaft gleichbleibende Arbeitsweisen und Abläufe
   - Konstanter Vertrauensaufbau durch beständige und bekannte Kontaktwege
   - Nachvollziehbarkeit durch detaillierte und aussagekräftige Dokumentation
   - Aktive Einbeziehung des Kunden durch zielgruppenorientierte Kommunikation
2. Transparenz im Kundenverhältnis und wie man sie erzeugt
   - Pilotierung von Leistungen, Evaluation von Qualität und Kundenzufriedenheit
   - Kontinuierliche, leistungsbezogene und angemessene Information des Kunden
   - Regelmäßige Leistungsabgleiche zwischen Kunden und Lieferanten
   - Monitoring, Reporting, Tracking, Kundenkonten und Historien etablieren
3. Kontinuierliche Kompetenzentwicklung von Personen und Gruppen
   - Zielgruppenorientierte Kommunikation: Kundenfragen im Vorfeld beantworten
   - Bedarfe und Bedürfnisse von Kunden individuell identifizieren und erfüllen
   - Gesprächstechniken, Gesprächssteuerung und -dramaturgie, Fragetechniken
   - Authentizität als Stärkung von Beziehungen auf Augenhöhe
4. Beziehungen durch Verlässlichkeit und Transparenz zu Werten entwickeln
   - Systematische Kontakt- und Netzwerkpflege durch gezielte Präsenzsteuerung
   - Partnerschaftliches Verhalten in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Beziehungen erweitern, Aufträge vergrößern, Nähe aufbauen, unersetzbar sein
   - Wertebasierte Kooperation substanziell aufbauen, pflegen und weiterentwickeln

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Verlässlichkeit und Transparenz als Werte im Umgang mit Kunden zu schätzen.
- Methoden der Etablierung von Verlässlichkeit kennenzulernen.
- für Kunden transparent (aber nicht durchschaubar) zu sein.
- eigenes Verhalten und Kompetenzen zu kennen und systematisch zu erweitern.
- Beziehungen systematisch auf eine weitere Stufe von Kooperation zu entwickeln.
- nachhaltige Kundenerlebnisse zu schaffen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Kunden in dauerhafte Win-win-Empfindungen versetzen

Nutzen des Trainings

Dauerhaft erfolgreiche Unternehmungen haben in arbeitsreicher und zeitaufwendiger Kooperationsentwicklung Partnerschaften gebildet und intensiviert, die als Rückgrat prosperierender und zukunftsgewandter Ergebnisse bezeichnet werden dürfen. Kooperationen sind jedoch nur so lange wertvoll, wie sie beiderseitige Erfolge verzeichnen können.

Kunden erfolgreiche Kooperationen immer wieder vor Augen zu führen und detailreich und aussagekräftig zu untermauern, stellt die Grundlage der Möglichkeit dar, sie in dauerhafte Win-win-Empfindungen zu versetzen und somit als Geschäftspartner zum Erfolg zukünftiger, eigener Ergebnisse aktiv beitragen zu lassen.

Win-win-Empfinden dauerhaft, qualitativ hochwertig und nachvollziehbar zu erzeugen erfordert ausgeprägte Kenntnisse aller im Kundenkontakt tätigen Personen. Insbesondere Kommunikations- und Darstellungskompetenzen, sowie der Einsatz angemessener manipulativer Kenntnisse und persönlicher Kompetenzen sind von großer Wichtigkeit.

Die Teilnehmenden dieses Trainings erlernen was Win-win-Verhältnisse bedeuten und wodurch sie sichtbar werden. Sie können Kunden anhand eingeübter Techniken und Methoden beeinflussen und inspirierende Gespräche und Darstellungen mit hoher intrinsischer Motivation in der Praxis anwenden.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen von Beziehungen in unternehmerischen Verantwortungsfeldern
   - Beziehungstypen und die Rollen ihrer Beteiligten
   - Interessen unterschiedlicher Parteien und wie sie sichtbar werden
   - Die Erfüllung von Bedarf und Bedürfnis in Kundenservice und Vertrieb
   - Welche Komponenten Beziehungen unwiderstehlich erscheinen lässt
2. Aufrichtige, wertschätzende und belastbare Beziehungsentwicklung
   - Aktiv Vertrauen und Verlässlichkeit signalisieren, etablieren und implementieren
   - Wertebewusstes Auftreten mit Persönlichkeit
   - Sich unersetzbar machen: Der Kunde im Zentrum aller Handlungen
   - Kunden zu Partnern machen - Techniken zurückhaltender Präsenz
3. Diagnostische Methodik zur Interpretation von Erwartungshaltungen
   - Gesprächstechniken, Fragetechniken, Suggestionen, Provokationen
   - Durch das Einnehmen verschiedener Positionen Reaktionen hervorrufen
   - Dramaturgische Steuerung von Prozessen gezielt zur Diagnostik einsetzen
   - Schärfung der Interpretation durch Limitation und Separation
4. Kunden und Geschäftspartner in Win-win-Empfindungen versetzen
   - Persönliche Darstellungskompetenzen reflektieren und erweitern
   - Den positiven Wortschatz aktivieren und zielgerichtet im Kundenkontakt einsetzen
   - Optimismus, ergebnisorientiertes Handeln, Umsetzungswillen und Freude vorleben
   - Persönliche Kompetenz reflektieren, konditionieren und sichtbar machen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Kunden dauerhaft leistungsfähiger und vertrauenswürdiger Partner zu sein.
- eigene Erfolge durch Kundenerfolge zu rechtfertigen.
- eigene Kompetenzen zu hinterfragen und weiterzuentwickeln.
- Erwartungshaltungen von Kunden zu kennen und ihnen kompetent zu begegnen.
- Freude im Umgang mit Kunden zu verspüren und sichtbar zu machen.
- den Kunden ins Zentrum allen Handelns zu bewegen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Preaching: Kundenbedürfnisse aktiv mitgestalten

Nutzen des Trainings

Der übergeordnete Auftrag jeglicher Unternehmungen, die eine substanzielle Marktrelevanz für sich reklamieren und zukunftsorientiert eine Stärkung von Position und Einflussoptionen anstreben ist, unternehmerisches Wachstum aktiv zu gestalten. Der Auftrag hat zur Folge, dass Kunden diesen Weg mitgestalten und dauerhaft beschreiten müssen.

Unternehmensziele so zu definieren und kommunizieren, dass Kunden und Geschäftspartner diese nicht nur unterstützen, sondern sogar eigene Zielbeschreibungen danach ausrichten, stellt die Weiterentwicklung von Kooperation dar und lässt sich als Partnerschaft kollektiver Ziele mit individueller Verantwortung und Ausrichtung beschreiben.

Preaching ist eine erfolgreiche Technik, Kunden von der Richtigkeit und dem Erfolg der Ausrichtung zu überzeugen und durch Kontinuität und Variantenreichtum die Arbeitsweise als beiderseitigen Vorteil auszuführen und Einigung zu erzielen. Kundenbedürfnisse und Kundenverhältnisse werden durch Preaching aktiv beeinflusst und gefestigt.

Die Teilnehmenden dieses Trainings verstehen, was Preaching für unternehmerische Partnerschaften bedeuten kann. Sie wissen wie eigene Ziele zu kollektiven Vorteilen erweitert werden und kennen ihre individuellen Optionen von Einflussnahme und aktiver Stärkung unternehmerischer Positionierung bei Kunden.

Inhalte des Trainings

1. Ziele definieren und kommunizieren
   - Methoden der Definition, Abgrenzung, Spezifizierung und Priorisierung von Zielen
   - Ziele verständlich aufbereiten und durch Preaching nachvollziehbar darstellen
   - Preaching: Vermarktung eigener Ziele als Vertriebsprozess verstehen
   - Rolle und Verantwortung des Preachers
2. Beeinflussung, Steuerung und Überzeugung von Kunden durch Preaching
   - Methoden der Beeinflussung von Menschen im geschäftlichen Kontext
   - Preaching-Techniken in Gesprächsführung, Argumentation und Verhandlungen
   - Nachhaltigen Vertrauensaufbau systematisch gestalten und substanziell festigen
   - Fachliche und persönliche Kompetenzen zur Überzeugungsfestigung einsetzen
3. Verlässlichkeit im Kundenverhältnis als Grundlage kollektiver Ziele aktiv zeigen
   - Kontinuität durch dauerhaft gleichbleibende Arbeitsweisen und Abläufe
   - Preaching: Konstante Vertrauensentwicklung durch bekannte Kontaktwege
   - Nachvollziehbarkeit durch detaillierte und aussagekräftige Dokumentation
   - Aktive Einbeziehung des Kunden durch zielgruppenorientierte Kommunikation
4. Transparenz im Kundenverhältnis als Grundlage gemeinsamer Erfolge schaffen
   - Pilotierung von Leistungen, Evaluation von Qualität und Kundenzufriedenheit
   - Preaching: Kontinuierliche und angemessene Information des Kunden
   - Regelmäßige Leistungsabgleiche zwischen Kunden und Lieferanten
   - Monitoring, Reporting, Tracking, Kundenkonten und Historien etablieren

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Kunden und Lieferanten / Dienstleister dauerhaft als Partner zu etablieren.
- eigene Ziele zu definieren und intensive Kooperationen mit Kunden einzugehen.
- Verlässlichkeit und Transparenz in den unternehmerischen Alltag zu integrieren.
- Kunden und Geschäftspartner zu beeinflussen, zu steuern und zu überzeugen.
- Preaching als Technik zur Intensivierung von Kundenverhältnissen anzuwenden
- nachhaltig erfolgreiche Kundenbeziehungen durch kollektive Erfolge einzugehen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Whispering: Kundenziele als beratende Dienstleister aktiv beeinflussen

Nutzen des Trainings

Kunden und Geschäftspartner beraten zu dürfen signalisiert allergrößtes Vertrauen in Kompetenzen und Erfahrungen eigener Leistungen und beinhaltet eine Anerkennung unternehmerischer Seriosität und persönlicher Eignung. Mit Vertrauen und Anerkennung übertragen Kunden einen signifikanten Teil von Verantwortung an ihre Dienstleister.

Die Verantwortung zu überschauen, Rollen und Pflichten daraus abzuleiten und zu jeder Zeit dem Respekt vor der tiefgründigen Kooperationsfestigung, durch Offenheit und Transparenz zu entsprechen, erfordert Wissen, Kompetenzen, Erfahrung, Reflexion, Entwicklungswillen und die persönlichen Faktoren Haltung und Motivation.

Gruppen und Personen, sowie deren Führungskräfte im Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern, die sich der Weiterentwicklung von Beziehungen verschreiben, kommen an der Methode Whispering nicht vorbei und erkennen auf beeindruckende Weise, welche Potenziale unternehmerischer Erfolge ihnen bisweilen verschlossen blieben.

Teilnehmende dieses Trainings kennen ihre Aufgaben und Verantwortung im Whispering, wissen, auf welche Weise sie Whispering erfolgreich einsetzen und wie sie die erzielten Erfolge erneut multiplizieren. Sie erlernen die Methode des „Zuflüsterns“ (engl.: to whisper) mit allen Unter- und Begleittechniken aktiv anzuwenden und für sich zu optimieren.

Inhalte des Trainings

1. Ziele definieren und kommunizieren
   - Definition, Abgrenzung, Spezifizierung und Priorisierung von Zielen
   - Ziele adressatenorientiert aufbereiten und ins Whispering transferieren
   - Whispering: Das „Zuflüstern“ als Vertriebsprozess mit Erfolgsauftrag verstehen
   - Rollen und Verantwortungen im Whispering
2. Beeinflussung, Steuerung und Überzeugung von Kunden durch Whispering
   - Methoden der Beeinflussung von Menschen im geschäftlichen Kontext
   - Whispering-Techniken in Gesprächsführung, Argumentation und Verhandlungen
   - Nachhaltigen Vertrauensaufbau systematisch gestalten und substanziell festigen
   - Fachliche und persönliche Kompetenzen zur Überzeugungsfestigung einsetzen
3. Verlässlichkeit im Kundenverhältnis als Grundlage erfolgreicher Beratung
   - Kontinuität durch dauerhaft gleichbleibende Arbeitsweisen und Abläufe
   - Whispering: Konstante Vertrauensentwicklung durch belastbare Kontaktwege
   - Nachvollziehbarkeit durch detaillierte und aussagekräftige Dokumentation
   - Aktive Einbeziehung des Kunden durch Qualitätssicherung im Whispering
4. Transparenz im Kundenverhältnis als Grundlage gemeinsamer Erfolge schaffen
   - Pilotierung von Leistungen durch Whispering, Evaluation von Kundenzufriedenheit
   - Whispering: Kontinuierliche und angemessene Information des Kunden
   - Regelmäßige Leistungsabgleiche zwischen Kunden und Lieferanten
   - Monitoring, Reporting, Tracking mit Whispering kombinieren und nutzen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Kunden und Lieferanten / Dienstleister dauerhaft als Partner zu etablieren.
- eigene Ziele zu definieren und intensive Kooperationen mit Kunden einzugehen.
- Verlässlichkeit und Transparenz in den unternehmerischen Alltag zu integrieren.
- Kunden und Geschäftspartner zu beeinflussen, zu steuern und zu überzeugen.
- Whispering als Technik zur Intensivierung von Kundenverhältnissen anzuwenden
- nachhaltig erfolgreiche Kundenbeziehungen durch kollektive Erfolge einzugehen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Matchmaking im Kundenumgang: Sich im Zentrum der Player positionieren

Nutzen des Trainings

Kunden und Geschäftspartnern leistungsfähiger und leistungswilliger Lieferant und / oder Dienstleister zu sein, ihnen durch vertrauensvolle und belastbare Kooperation zum gern gesehenen Partner zu werden und dauerhaft kompetent bei der Erreichung ihrer Ziele beratend zur Seite zu stehen, beschreibt exzellente Kundenverhältnisse.

Intensiv wachsende und immer erfolgreichere Kundenverhältnisse dürfen durch sichtbare und validierbare Erfolge als beiderseitige Verstärkung und Erfüllung bezeichnet werden, die lediglich die Erweiterung des Kreises zufriedener Beteiligter als natürliche Wachstumsmöglichkeit requirieren kann.

Die aktive Erweiterung erfolgreicher Kundenverhältnisse findet im Ausbau von Stärke und Präsenz der Kooperation ihre Relevanz und wird durch ein transparentes und nachvollziehbares Netzwerk, um ein Kernanliegen herum, zum Vorteil aller Beteiligten sichtbar positioniert. Nähe und Abstand des Netzwerks zum Kernanliegen gewährleisten „Matchmaker“.

Teilnehmende dieses Trainings kennen die Vorteile zentraler Positionierung inmitten erfolgreicher Kunden und Geschäftspartner. Sie verinnerlichen die Rolle, sowie damit verbundene Aufgaben und Verantwortungen des „Matchmakers“ und wissen, wie die Etablierung, Pflege und Erweiterung zum Vorteil aller sorgsam ausgewählten Beteiligten erfolgt.

Inhalte des Trainings

1. Matchmaking und die Rolle des Matchmakers
   - Definition Matchmaking, Grundvoraussetzungen, Beteiligte, Aufgaben und Ziele
   - Methoden: Netzwerkaufbau und -ausbau, Kooperationsentwicklung, Selektion
   - Partizipation erfordert Kooperation, Extraktion erfordert Investition
   - Positionierung, Stärkung und Abgrenzung des Matchmakers
2. Fachliche und persönliche Kompetenzen des Matchmakers
   - Organisation, Kooperation, Koordination, Kommunikation, Integration, Separation
   - Methoden: Orchestrierung starker Player, Zieldefinition, Selektion, Priorisierung
   - Reflexion und Entwicklung persönlicher Kompetenzen von Matchmakern
   - Methoden: Selbst-/ Fremdbild-Analyse (SWOT, 360°, Skip-level-opps.)
3. Aufgaben des Matchmakers und Ziele des Matchmakings
   - Stärkung, Steuerung und Weiterentwicklung von Netzwerk und Beteiligten
   - Methoden: Selektion von Informationen, Initiation von Diskussionen, Moderation
   - Ziel: wirtschaftliche, organisatorische und / oder persönliche Vorteile generieren
   - Matchmaking als Vertriebsoption
4. Matchmaking in der unternehmerischen Praxis
   - Methoden: Gruppenbildung, Gruppendynamiken, Gruppenentwicklung
   - Gesprächstechniken, Moderationstechniken, Motivationstechniken
   - Qualitätssicherung in Netzwerken, Darstellung von Ergebnissen, Evaluation
   - Empowerment: Netzwerkqualität durch Gewinnung eloquenter Beteiligter

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Matchmaking als Erweiterung erfolgreicher Geschäftsbeziehungen zu verstehen.
- die Rolle von Matchmakern zu kennen und erfüllen zu können.
- persönliche und fachliche Voraussetzungen als Matchmaker zu erfüllen.
- Aufgaben des Matchmakers zu verstehen und verlässlich zu erfüllen.
- Ziele des Matchmakings zu definieren, zu steuern und zu erreichen.
- Matchmaking in den eigenen Verantwortungsbereich zu implementieren.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Beziehungsbrüche mit Kunden als Chance verstehen und nutzen

Nutzen des Trainings

Beziehungen zu Kunden und Geschäftspartnern variieren in thematischer oder ablaufrelevanter Ausrichtung, zeitlicher oder dramaturgischer Folge, quantifizierbarem oder gefühltem Mehrwert, realer oder gewünschter Intensität, sichtbarer oder initiierter Wertschätzung und unglücklicherweise auch in manchen Fällen in Weiterführung oder Beendigung.

Die Beendigung von Beziehungen ist das Ergebnis mangelnder Optionen der Aufrechterhaltung oder eskalierter Unzufriedenheit und unterscheidet sich somit durch das Können oder Wollen der Aufrechterhaltung von Beziehungen. Während das Können faktischen Ursprungs ist, kennt das Wollen ausnahmslos emotionale Gründe.

Sowohl faktische, als auch emotional basierte Beziehungsbrüche bedeuten nicht umfassende und dauerhafte Separation, werden jedoch allzu häufig und vorschnell ohne weitere Investition zurückgelassen. Klare Positionierung, joviale Kommunikation und zukunftsorientierte Planungen erfordern große Kompetenz, können jedoch Substanz retten.

Teilnehmende dieses Trainings wissen, wie Substanz gerettet werden kann und wie ihr eigenes, aktiv eingesetztes Geschick und persönliches Wirken zur Aufarbeitung, Abschwächung und Umkehr von Beziehungsbrüchen beitragen kann. Sie kennen Methoden, Techniken und Abfolgen von Deeskalation und Beziehungsentwicklung.

Inhalte des Trainings

1. Beziehungsbrüche und ihre Ursachen und Symptome
   - Faktische Gründe: Abweichung von Inhalten, Leistungen, Transparenz, Kosten
   - Emotionale Brüche: Mangel an Wertschätzung, Aufrichtigkeit, Beteiligung
   - Symptome von Beziehungsbrüchen und ihre frühzeitig sichtbaren Vorboten
   - Methoden und Techniken der Beziehungsanalyse im beruflichen Umfeld
2. Optionen der Eindämmung, Beendigung und Umwandlungen von Beziehungsbrüchen
   - Methoden: Kooperationsmanagement, Konfliktmanagement, Krisenmanagement
   - Kommunikation und Positionierung während Krisensituationen im Kundenumgang
   - Aktive Beendigung von Eskalationsmustern im Umgang mit Kunden
   - Methoden: „Funkstille“ beenden, Nähe schaffen, Vertrauen aufbauen
3. Deeskalation von Separation / Revitalisierung von Kooperation
   - Modelle und Methoden der Deeskalation praxisnah und sichtbar einsetzen
   - Kompetenzentwicklung: Information, Diskussion, Argumentation, Verhandeln
   - Gesprächstechniken, Gesprächssteuerung, Gesprächsdramaturgie einsetzen
   - „Substanz retten“ durch aktive Kontaktintensivierung
4. Optionen von Beziehungsaufbau und -festigung
   - Strategische Planung, taktische Positionierung und operative Umsetzung
   - Zeitpläne, Personen, Inhalte, Angebote, Ziele neuer Kooperationen definieren
   - Methoden der systematischen Beziehungsfestigung
   - Aufwand-/ Nutzen-Analyse der Revitalisierung von Kooperationen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Kooperationen mit Kunden und Geschäftspartnern nicht vorschnell aufzugeben.
- Optionen der Deeskalation im Kundenumgang zu nutzen.
- Ursachen und Symptome für Beziehungsbrüche zu verstehen.
- eigene Handlungsoptionen zur Eindämmung von Konflikten zu nutzen.
- Kundenbeziehungen zu revitalisieren.
- den Aufbau und die Festigung von Beziehungen aktiv zu steuern.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Potenzialanalysen im Kundenumgang durchführen

Nutzen des Trainings

Vielfach überlassen Unternehmen den täglichen Umgang ihren Mitarbeiter und Führungskräfte mit jeglichen Kundengruppen einem natürlichen, organischen Wachstum, ohne zu analysieren, welche Erfolge und Erkenntnisse, aber auch Potenziale und Fehlentscheidungen aus welchen Gründen im Kundenumgang gesammelt und akzeptiert werden.

Die Optimierung von Kundenverhältnissen ist eine unternehmensinterne Stellschraube, die auf der Grundlage transparenter Ergebnisse zielgerichteter Analysen justiert wird und somit eine unkomplizierte Möglichkeit der Erfolgssteigerung aller Bereiche darstellt, die sich im Umgang mit Kunden befinden.

Potenzialanalysen kompetent zu formulieren, den Ergebnissen realistische Ziele entgegenzusetzen, den Entwicklungsbedarf wertschätzend zu kommunizieren und betroffene Personengruppen nachhaltig zu motivieren sind die elementaren Teilschritte, den Umgang mit Kunden zu professionalisieren und zurückliegende Potenziale zu erschließen.

Teilnehmende dieses Trainings erlernen, durch welche Komponenten sich im Umgang mit Kunden Qualität und Kompetenz zusammensetzen. Sie wissen, wie Potenzialanalysen im Alltag problemlos durchgeführt und ihre Ergebnisse transparent dargestellt werden, um daraus Handlungsempfehlungen zu formulieren, die praxisnah umsetzbar sind.

Inhalte des Trainings

1. Methoden der Analyse zur transparenten Darstellung des Status-Quo
   - SWOT-Analysen, 360°-Analysen, Skip-level-Feedback, Kundenbefragungen
   - Shadowing, Conversion-rate-Analysen, Knock-out-Analysen
   - Werteabgleich zwischen Unternehmen, Führung und Mitarbeitern
   - Analyse inhaltlicher und persönlichkeitsbedingter Kommunikationskompetenz
2. Potenzialanalysen zielgerichtet entwerfen und erfolgreich durchführen
   - Bedarf und Bedürfnis des Kunden ins Zentrum allen Handelns bringen
   - Potenzialanalyse der Leistungen, des Vertriebs- und Kommunikationsweges
   - Potenzialanalyse der Mitarbeiterkompetenz im Umgang mit Kunden
   - Potenzialanalyse von Qualität und Ausprägung der Kundenstammpflege
3. Ergebnisse von Potenzialanalysen zu Handlungsoptionen weiterentwickeln
   - Ziele realistisch und nachvollziehbar definieren und formulieren
   - Ergebnisse in Entwicklungsschritte clustern und Aktionsplanungen erstellen
   - Vergangenes wertschätzen, Neues als Begehrlichkeit darstellen
   - Erfolgreiche Potenzialerschließung durch fundiertes Change-Management
4. Entwicklungspotenziale implementieren
   - Monitoring und Reporting von Abläufen, Kunden, Mitarbeitern, etc.
   - Sicherstellung von Ergebnissen, Umgang mit Rückschlägen, Adaptionsbedarfe
   - Den Erfolg implementierter Veränderungen messbar machen und validieren
   - Erfolge der Entwicklung als Gewinn verstehen und angemessen feiern

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- den Umgang mit Kunden einschätzen und weiterentwickeln zu können.
- Beziehungen mit Kunden detailliert zu analysieren und Ergebnisse abzuleiten.
- Optionen zur systematischen Entwicklung des Kundenumganges zu formulieren.
- die Kompetenz von Gruppen und Einzelpersonen im Kundenumgang zu steigern.
- Potenzialanalysen individuellen und situativen Erfordernissen zu unterwerfen.
- alle internen Optionen zu nutzen, Kunden zu Partnern zu machen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Change-Management in Kundenservice und Vertrieb (Intensiv-Training)

Nutzen des Trainings

Kontinuierliche Entwicklungsprozesse unterstützen die Leistungsfähigkeit von Unternehmen, Niederlassungen, Abteilungen oder individueller Verantwortungsbereiche. Sie bedeuten, dass sich Produkte, Dienstleistungen, Prozesse und Arbeitsweisen fortwährenden Prüfungen unterziehen und abgeleitete Veränderungen umgesetzt werden.

Veränderungen innerhalb von Organisationen umzusetzen kennt viele Fallstricke und Stolpersteine. Manche sind sichtbar und voraussehbar, andere zeigen sich wie aus dem Nichts und halten sich bis zum letzten Augenblick im Verborgenen, sodass Initiatoren von Veränderung nur durch spontanes „Feuerlöschen" Abhilfe schaffen können.

Eine Vielzahl von Veränderungsprozessen wird nicht mit der angedachten Schlagkraft, erforderlicher Terminierung oder inhaltlicher Vollständigkeit umgesetzt. Man könnte sagen, dass aus einem leistungsstarken Veränderungsgedanken, innerhalb der verschiedenen Veränderungsphasen, nur noch „Veränderung-Light" umgesetzt wird.

Immer wieder zeigt sich bei „Veränderung-Light" der Einfluss einzelnen Menschen oder ganzer Gruppen, die innerhalb von Veränderungsprozessen, mit ihrer schlichten Wandlungsfähigkeit, von Change-Initiatoren unterschätzt werden. Viele Menschen schätzen Beständigkeit und Kontinuität, doch gerade diese sind Feinde der Veränderung.

In diesem Training erhalten Sie einen substanziellen Überblick über Change-Management in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung (Einkauf), lernen die unterschiedlichen Modelle von Veränderungs-Management kennen und leiten daraus Kern-Lösungsstrategien ab, die evtl. Fallstricke mit geeignetem Werkzeug durchtrennen.

Wir statten Sie mit Wissen und Wissenswertem rund um die entscheidenden Themen des Change-Managements aus. Die Wissensvermittlung dieses Trainings verläuft interaktiv. Zur Verdeutlichung der einzelnen Themen greifen wir Beispiele aus der täglichen Praxis auf und tragen diese durch die verschiedenen Phasen des Lernprozesses.

Das Training hat durch seinen Anspruch ergebnisorientierten Lernens ein hohes Gesamttempo und zeichnet sich durch ein Gleichgewicht traditioneller und moderner Methoden aus. Teilnehmende werden aufgefordert, knifflige Erfahrungen aus dem Segment des Change-Managements offen zu teilen und Lösungsansätze zu formulieren.

Inhalte des Trainings

1. Veränderungsbedarf in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung
   - Der Unterschied zwischen Wandelung, Anpassung und Veränderung
   - Veränderungstheorien
   - Die Etablierung einer Change-Kultur im Servicealltag
   - Klassische Interessenparteien in Veränderungsprozessen (extern)
   - Interessenparteien in Veränderungsprozessen (intern)
   - Die Rolle von Initiatoren im Change-Prozess

2. Planung von Veränderungen zur Steigerung von Kundenattraktivität
   - Kern- und Satellit-Planung
   - Dokumentation von Planungen / Prognosen zu Auswirkungen
   - Szenario-Planung / Entscheidungsfindungen / Tragweiten einschätzen
   - Zeitplanung, Verantwortlichkeiten, Schnittstellen, Organisatorisches
   - Primär und sekundär Betroffene des Change-Prozesses
   - Interner und externer Kommunikationsplan

3. Veränderungen bereichsintern einleiten
   - Die Schließung der „Gerüchte-Küche" (intern und extern)
   - Schlüsselpositionen und Meinungsmacher positionieren
   - Evtl. Gegenspieler identifizieren und instrumentalisieren
   - Die Kraft der Bekanntmachung optimal ausnutzen
   - Motivation für Veränderung schaffen

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

4. Den Veränderungsprozess aktiv steuern und attraktiv vermarkten
   - Rechtzeitige Beteiligung verringert die Gegenwehr
   - Gewährleistung von Inhalten, Zeitachsen, Verantwortungen, Zielen
   - Zwischenziele definieren, Teilerfolge sichtbar machen
   - Transparenz im Veränderungsprozess
   - Befürworter stärken, Wackelkandidaten überzeugen, Zweifler herauslösen
   - Der Umgang mit Change-Zweiflern
   - Der Dünger professionellen Veränderns: reden, reden, reden

5. Kundenverhalten in Veränderungsprozessen vorausschauend begegnen
   - Schockstarren und Blockadephasen bei Mitarbeitern und Kunden lösen
   - „Nein-Sager" zur Einsicht bringen
   - Ein negatives „ausgeliefert sein" zu positivem „Ausprobieren" wandeln
   - Die Stärke von Pilotphasen kennen und nutzen
   - Neue Arbeitsweisen und Prozesse nach Veränderungsphasen
   - Integration des Veränderten in den Arbeitsalltag
   - Qualitätskontrolle, Nachjustierungen, Finalisierung
   - Evaluation des Veränderungsprozesses

6. Die Energie von Change-Prozessen nachhaltig nutzen
   - Neue Motivation durch kontinuierliche Veränderung schaffen
   - Die Entwicklung von Visionen und daraus abgeleiteter Ziele
   - Am Beispiel gelungener Change-Prozesse Offenheit für Neues erzeugen
   - Kontinuierliche Entwicklung steigert die Leistung des Einzelnen
   - Change zum Event werden lassen

Ziel des Trainings

Die Teilnehmenden erlernen die Komplexität von Veränderungsprozessen einzuschätzen und verstehen, dass es interne und externe Betroffene gibt.

Sie wissen, welche Phasen Veränderungsprozesse durchlaufen und wie beteiligte Mitarbeiter*innen, Schnittstellen, Kundinnen und Kunden und Partner darauf reagieren.

Die Teilnehmenden erweitern ihre Analyse- und Reflexionskompetenz und können variabel und kompetent mit professionellen Mitteln des Change-Managements reagieren.

Teilnehmende erlernen den Bedarf für Veränderungen zu erkennen, den Prozess zu planen, die Veränderung aktiv zu steuern und das Ziel der Veränderung zu erreichen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Wir unterstützen eine möglichst heterogene Zusammensetzung des Teilnehmerkreises, um durch die unterschiedlichen Sichtweisen ein vielschichtiges Praxisbild der Trainingsinhalte zu zeichnen.

Startzeit / Ende

1. Tag:
09.00 Uhr / 16.00 Uhr

2. Tag:
09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer

2 Tage

farmersplace

Buchung, Details,
Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Innovationshunger im Vertrieb systematisch implementieren

Nutzen des Trainings

Jegliche Ausrichtungen und Anstrengungen erfolgreichen Unternehmertums basieren auf Veränderung und Weiterentwicklung. Sich Weiterentwicklung zu verschließen hat in der Regel Wettbewerbsnachteile und Reputationsschädigung zu Folge. Weiterentwicklung findet in Teilaspekten der Arbeit statt, kann jedoch auch als Innovation sichtbar werden.

Innovation lediglich auf die traditionellen Unternehmensbereiche zu reduzieren erlaubt den Schluss, dass Stillstand in anderen Verantwortungsbereichen toleriert werden kann. Hierzu zählen somit auch die Gruppen und Personen mit intensivem Kundenkontakt, wie Vertrieb und Beschaffung, in denen Innovation häufig mit Adaption gleichgestellt wird.

Innovation erfordert Offenheit, definierte Ziele auf andere Weise zu erreichen als bisher. Sie stellt zurecht eigene Horizonte infrage und fordert die Akzeptanz von Unsicherheit und physischem und psychischem Fleiß. Innovation versetzt Gruppen und Personen in kraftvolle, positive Alarmstimmung und erzeugt Beteiligung und Motivation.

Die Teilnehmenden dieses Trainings kennen die Relevanz von Innovation im Vertrieb und erlernen Techniken der Steigerung von Innovationshunger und Motivation. Sie verstehen ihre Rolle bezüglich Innovationsagilität und sind sich ihrer Außenwirkung und Vorbildfunktion bewusst. Teilnehmende entwickeln in diesem Training Innovationshunger.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen von Innovation und ihre Abgrenzungen
   - Traditionelle Arbeits- und Denkweisen im Vertrieb
   - Veränderungsrelevanz durch Weiterentwicklung von Makrotrends
   - Was Innovation von Adaption unterscheidet und warum beide wichtig sind
   - Der elementare unternehmerische Stellenwert von Innovation
2. Implementierung von Innovationen
   - Bedarfsanalysen, Potenzialanalysen, Marktanalysen, Aufwand-/ Nutzen-Analysen
   - Innovation als Auftrag der Unternehmensentwicklung verstehen
   - Innovationsmethodik, Implementierungsmethodik, Change-Management
   - Innovation im Vertrieb als Alleinstellungsmerkmal am Markt platzieren
3. Innovationshunger bei Mitarbeitern erzeugen
   - Motivationsmethodik, Empowerment, Ideenmanagement, Vorschlagswesen
   - Anreizfaktoren für Beteiligung von Mitarbeitern an Innovation definieren
   - „Innovationsbotschafter“ übernehmen Verantwortung für Neues
   - Think Tanks, Gap-labs, Hothouses, Zukunftswerkstätten, Ideation Slams
4. Innovationsenergie freisetzen, Willkür eindämmen
   - Innovationen unterstützen die Gesamtausrichtung von Unternehmen
   - Der einheitliche Weg von der Idee zur Implementierung
   - Geistige Agilität und Freiräume entfachen: Ergebnisoffenes Denken fördern
   - Horizonterweiterung durch Recherche und Reizung

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Innovation als inspirierende Notwendigkeit unternehmerischen Erfolges zu sehen.
- die Potenziale kollektiver Innovationskraft im Vertrieb kennenzulernen.
- sich praxisnahes Werkzeug der Innovationssteuerung zu erschließen.
- den eigenen Horizont infrage zu stellen und erweiternde Reize lieben zu lernen.
- die Möglichkeiten der Beteiligung an der Unternehmenszukunft wahrzunehmen.
- Sicherheit, Wohlstand und Zukunftsperspektiven zu sichern.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Ertragssteigerung planen, argumentieren und nachvollziehbar einfordern

Nutzen des Trainings

Dauerhaft erfolgreiche Geschäfte basieren auf der Grundlage realistischer und solider Planungen finanzieller Kennzahlen. Dazu gehört als elementare Nenngröße der Ertrag, der Unternehmen langfristig Stärke und Verlässlichkeit verschafft. Ertrag ist die Folge hoher Gewinnspannen, veritablem Umsatz und niedrigen Kosten.

Um Kunden und Geschäftspartnern dauerhaft für Kooperationen zur Verfügung zu stehen, muss der Ertrag von Leistungen im Laufe langanhaltender Beziehungen regelmäßig angepasst werden. Steigender Ertrag auf der einen Seite, bedeutet höhere Kosten auf der anderen. Kosten, die eine Veränderungen der Kennzahlen des Kunden zur Folge haben.

Scheinbare Nachteile für Kunden müssen ursächlich, zeitlich und dramaturgisch geplant werden, um ihnen Optionen für Reaktionen zu verschaffen. Für Personen im Kundenumgang, die sich dieser Aufgabe stellen müssen, bedeutet die Umsetzung der Planungen Argumentationsstärke zu zeigen und Nachvollziehbarkeit herzustellen.

Teilnehmende dieses Trainings erlernen legitime Forderungen gegenüber Kunden angemessen zu platzieren, sie argumentationsstark zu rechtfertigen und nachvollziehbar durchzusetzen, ohne das erfolgreiche Kundenverhältnis jeglichen Belastungen auszusetzen. Reflexive Authentizität verschafft ihnen Anerkennung und Seniorität des Kunden.

Inhalte des Trainings

1. Beeinflussung, Steuerung und Überzeugung von Kunden aktiv initiieren
   - Methoden der Beeinflussung von Menschen im geschäftlichen Kontext
   - Techniken der Gesprächsführung, Verhandlungstechniken
   - Nachhaltigen Vertrauensaufbau systematisch gestalten und substanziell festigen
   - Fachliche und persönliche Kompetenzen zur Überzeugungsfestigung einsetzen
2. Den Kunden beeinflussen
   - Methoden manipulativer Gesprächssteuerung im unternehmerischen Kontext
   - Die Erfüllung von Bedarf und Bedürfnis zur Zielerreichung nutzen
   - Aufrichtige Zuvorkommenheit gezielt einsetzen
   - Gezielt Stimmungen erzeugen, Emotionen hervorrufen, Kooperation festigen
3. Argumentation zum Erzielen von Konsens und Einsicht einsetzen
   - Die elementaren Komponenten erfolgreicher Argumentationen „abarbeiten“
   - Die Wichtigkeit substanzieller Vor- und Nachbereitung von Argumentationen
   - Troubleshooting: Wenn Argumentationen in die falsche Richtung gehen
   - Einsicht und Konsens als beiderseitigen Gewinn darstellen und angemessen feiern
4. Verhandlungen respektvoll initiieren, wertschätzend umsetzen und abschließen
   - Methoden der Verhandlungssteuerung und der Verhandlungsführung
   - Methoden der sichtbaren Positionierung mit eigenen Zielen
   - Argumentative Stärke aufbauen, sie situativ abrufen und einsetzen können
   - Gesprächstechniken, Fragetechniken, Suggestionen, Provokationen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Forderungen angemessen gegenüber Kunden zu platzieren.
- Argumentationsstärke aufzubauen und Verhandlungen zu führen.
- die persönliche Gesprächskompetenz zu reflektieren und zu entwickeln.
- Kunden aktiv im Sinne zukünftiger erfolgreicher Zusammenarbeit zu beeinflussen.
- Ertragsteigerung als beeinflussbare Kennzahl im Kundenumgang kennenzulernen.
- Argumentationen zu entemotionalisieren und somit transparenter zu machen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Kundenverhältnisse zu Branchenpräsenz ausbauen

Nutzen des Trainings

Kunden und Geschäftspartnern leistungsfähiger und leistungswilliger Lieferant und / oder Dienstleister zu sein, ihnen durch vertrauensvolle und belastbare Kooperation zum gern gesehenen Partner zu werden und dauerhaft kompetent bei der Erreichung ihrer Ziele beratend zur Seite zu stehen, beschreibt exzellente Kundenverhältnisse.

Intensiv wachsende und immer erfolgreichere Kundenverhältnisse dürfen durch sichtbare und validierbare Erfolge als beiderseitige Verstärkung und Erfüllung bezeichnet werden, die lediglich die Erweiterung des Kreises zufriedener Beteiligter als natürliche Wachstumsmöglichkeit requirieren kann.

Eine Erweiterung des Kundenkreises bis hin zur Branchenpräsenz erfordert die vorbildliche Initiation neuer Kontakte, den Aufbau qualitativ hochwertiger Netzwerke und eine Entwicklung etablierter Kunden zu Multiplikatoren. Expansions-, Kooperations-, Kommunikations- und Darstellungskompetenzen müssen zielgruppenorientiert sichtbar sein.

Teilnehmende dieses Trainings erlernen, die Inhalte erfolgreicher Geschäftsbeziehungen einem weiteren Kreis an Interessenten zur Verfügung zu stellen. Sie generieren Wissen über das angemessene Darstellen attraktiver Leistungen, kennen Wirkungs-, Positionierungs- und Gesprächstechniken und lernen ihr Standing zu entwickeln.

Inhalte des Trainings

1. Grundlagen von Beziehungen in unternehmerischen Verantwortungsfeldern
   - Beziehungstypen, unterschiedliche Rollen, Erwartungshaltungen
   - Interessen unterschiedlicher Parteien und wie sie sichtbar werden
   - Die Erfüllung von Bedarf und Bedürfnis in Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung
   - Welche Komponenten Beziehungen unwiderstehlich erscheinen lassen
2. Beziehungen dauerhaft festigen und erweitern
   - Systematische Kontakt- und Multiplikatorenpflege durch Präsenzsteuerung
   - Partnerschaftliches Verhalten in Wort-, Schrift- und Videokontakten
   - Beziehungen erweitern, Aufträge vergrößern, Nähe aufbauen, unersetzbar sein
   - Wertebasierte Kooperationen aufbauen, pflegen und weiterentwickeln
3. Qualitativ hochwertige und belastbare Netzwerke bilden
   - Das richtige Netzwerk finden oder initiieren und entwickeln
   - Die Auswahl der Netzwerkteilnehmer steuern, befördern, eindämmen
   - Netzwerke durch eigene Themen beeinflussen und gezielt lenken
   - Das zielgruppen- und expansionsorientierte Verhalten in Netzwerken
4. Branchenpräsenz erreichen
   - Methoden: Omnipräsenz, Beteiligung, Einflussnahme, Abgrenzung, Kooperation
   - Techniken: Expansionssteuerung, Selbstmarketing, Präsentation & Darstellung
   - Modelle: Positionierung, Schnittstellensteuerung, Leistungssteigerung, Motivation
   - Kompetenzen: Haltung, Wirkung, Persönlichkeitsentwicklung

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- erfolgreiche Kooperationsentwicklung und Expansion zu kombinieren.
- etablierte Kundenverhältnisse als Multiplikatoren einzusetzen.
- Netzwerkbildung für das Erreichen von Personengruppen aktiv zu unterstützen.
- Branchenpräsenz ambitioniert anzustreben und mit System zu erreichen.
- Techniken, Methoden, Modelle, Kompetenzen der Professionalisierung zu kennen.
- den Dienst am Kunden weiterzuentwickeln.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Agilität in Kundenservice und Vertrieb erzeugen

Nutzen des Trainings

In jeglichen Verantwortungsbereichen erfolgreichen Unternehmertums ist es wünschenswert, sich schnell, gewandt und kreativ auf veränderte Bedingungen einstellen zu können, um einerseits Kunden und Geschäftspartnern als leistungsstarke und wandelbare Mitspieler zu erscheinen, andererseits langsamere Wettbewerber hinter sich zu lassen.

Agilität hat in Verantwortungsbereichen mit intensivem und regelmäßigem Kundenkontakt einen besonderen Stellenwert, trägt sie doch interne Kompetenzen und Verhaltensweisen ungefiltert und häufig subjektiv gefärbt aus dem Unternehmen heraus und hinterlässt dort unbeeinflussbare und kommentarlose Wirkung.

Das Anstreben hoher Agilität im Umgang mit Kunden erfordert Reflexion und Entwicklungswillen, Motivation und Wandelungsbereitschaft, Souveränität, Geschwindigkeit und Anpassungsfähigkeit. Agilität ist bei einigen Personen mithilfe intrinsischer Motivation sichtbar ausgeprägt, muss in der Regel jedoch aufwendig erzeugt werden.

Teilnehmende dieses Trainings erkennen die Potenziale einzelner Bestandteile von Agilität und reflektieren ihre Kompetenzen und Entwicklungsfelder. Sie generieren Wissen über das Entwickeln von Agilität und wie diese dauerhaft und auf hohem Niveau erhalten werden kann. Sie erlernen dienliche und verstärkende Methoden und Techniken.

Inhalte des Trainings

1. Anwendungsfelder von Agilität und wie sie sichtbar wird
   - Definition Agilität, Einzelkomponenten, Anwendungsfelder, Steuerung, Kontrolle
   - Grundlagen: Motivation, Haltung, Flexibilität, Geschwindigkeit, Souveränität, Mut
   - Interne und externe Symptome sichtbarer Agilität
   - Persönlichkeitstypen und ihr Verhalten individuell fördern und professionalisieren
2. Entwicklung von Agilität in Gruppen und Personen
   - Analysemethoden Status-Quo: SWOT, 360°, Skip-level-Opps., ...
   - Zieldefinitionen, Zielbeschreibungen, Kommunikation von Zielen
   - Methoden der Agilitätssteigerung kennenlernen, adaptieren, anwenden
   - Techniken zur Steigerung individueller Beteiligung / Beeinflussung
3. Agilität gezielt zur Zufriedenheit von Kunden und Mitarbeitenden einsetzen
   - Ausdrucksformen hoher Agilität entwickeln, einüben und reflektieren
   - Spontanität und Schlagfertigkeit steigern und kontinuierlich anwenden
   - Signale von Agilität mit den Augen des Kunden sehen, deuten und bewerten
   - Persönliche Haltung, Wirkung, Darstellung, Positionierung, Wandelung
4. Agilität in der Praxis
   - Gesprächstechniken, Gesprächsdramaturgie, Gesprächssteuerung, Akzente
   - Methoden der Verstärkung von Präsenz, Ausdruck, Geschwindigkeit, Variabilität
   - Eindrucksvolle und mitreißende Präsentation von Themen und Inhalten
   - Die agile Erfüllung von Bedarf und Bedürfnis

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Agilität als Wettbewerbsvorteil zu erkennen und kontinuierlich einzusetzen.
- die Voraussetzungen für sichtbare und ehrliche Agilität zu verstehen.
- Einzelkomponenten von Agilität zu verstehen und mit System weiterzuentwickeln.
- dem Kunden inspirierende Kundenerlebnisse zu verschaffen.
- mehr Spaß im Umgang mit Kunden zu haben und häufige Erfolge zu erzielen.
- eigene Kompetenzen zu reflektieren und weiterzuentwickeln.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Kunden als Verstärker der eigenen Marktpräsenz instrumentalisieren

Nutzen des Trainings

Kundenübergreifend als leistungsfähiger, kompetenter und loyaler Dienstleister zu gelten, ihnen durch vertrauensvolle und belastbare Kooperationen zum gern gesehenen Partner zu werden und dauerhaft kompetent bei der Erreichung ihrer Ziele beratend zur Seite zu stehen, beschreibt exzellente Kundenverhältnisse.

Intensiv wachsende und immer erfolgreichere Kundenverhältnisse dürfen durch sichtbare und validierbare Erfolge als beiderseitige Verstärkung und Erfüllung bezeichnet werden, die lediglich die Erweiterung des Kreises zufriedener Beteiligter als natürliche Wachstumsmöglichkeit requirieren kann.

Eine Erweiterung des Kundenkreises bis hin zur sichtbaren Marktpräsenz erfordert die vorbildliche Initiation neuer Kontakte, den Aufbau qualitativ hochwertiger Netzwerke und eine Entwicklung etablierter Kunden zu kraftvollen Verstärkern. Kooperations-, Kommunikations- und Darstellungskompetenzen müssen zielgruppenorientiert sichtbar sein.

Teilnehmende dieses Trainings erlernen, die Inhalte erfolgreicher Geschäftsbeziehungen einem weiteren Kreis an Interessenten zur Verfügung zu stellen. Sie generieren Wissen über das angemessene Darstellen attraktiver Leistungen, kennen Wirkungs-, Positionierungs- und Gesprächstechniken und lernen ihr Standing zu entwickeln.

Inhalte des Trainings

1. Beziehungsbildung und -pflege im unternehmerischen Alltag
   - Beziehungstypen, unterschiedliche Rollen, Erwartungshaltungen
   - Interessen unterschiedlicher Protagonisten und wie sie sichtbar werden
   - Die Erfüllung von Bedarf und Bedürfnis im Umgang mit Kunden
   - Welche Komponenten Beziehungen unwiderstehlich erscheinen lassen
2. Beziehungen multiplizieren
   - Systematische Kontakt- und Multiplikatorenpflege durch Präsenzsteuerung
   - Multiplikatorisches Verhalten medienübergreifend und professionell steuern
   - Beziehungen erweitern, Nähe aufbauen, unersetzbar werden
   - Wertebasierte Kooperationen aufbauen, pflegen und erweitern
3. Qualitativ hochwertige und kraftvolle Netzwerke bilden
   - Das richtige Netzwerk identifizieren oder initiieren und entwickeln
   - Die Auswahl der Netzwerkteilnehmer steuern, befördern, eindämmen
   - Netzwerke durch eigene Themen beeinflussen und gezielt lenken
   - Das zielgruppen- und expansionsorientierte Verhalten in Netzwerken
4. Wahrnehmbare Marktpräsenz erreichen
   - Methoden: Omnipräsenz, Beteiligung, Einflussnahme, Abgrenzung, Kooperation
   - Techniken: Expansionssteuerung, Selbstmarketing, Präsentation & Darstellung
   - Modelle: Positionierung, Schnittstellensteuerung, Leistungssteigerung, Motivation
   - Kompetenzen: Haltung, Wirkung, Persönlichkeitsentwicklung

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- erfolgreiche Kooperationsentwicklung und Expansion zu kombinieren.
- Kunden als Multiplikatoren einzusetzen.
- Netzwerke für das Erreichen von Personengruppen zu nutzen / zu bilden.
- Marktpräsenz anzustreben und mit System zu erreichen.
- Techniken, Methoden, Modelle, Kompetenzen der Weiterentwicklung zu kennen.
- den Dienst am Kunden weiterzuentwickeln.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Strategische Expansion: Sich zielsicher „in aller Munde“ bringen

Nutzen des Trainings

Wachstum ist die Motivation vieler Unternehmen, die bereits erfolgreich und dauerhaft einem etablierten Kundenkreis als zuverlässige Partner zur Verfügung stehen. Wachstum kann unterschiedlichste Ausrichtungen haben und auf unzählige Weise prosperierend generiert werden, solange es auf strategischer Planung und taktischer Abfolge gründet.

Expansion ist kein Zufall, sie beantwortet eine Vielzahl, nahezu unendlicher Fragen und sieht Potenziale, wo Markt und Wettbewerber nur den Alltag erkennen können. Expansion ist keine leichtfertige Laune, sie nähert sich den Möglichkeiten der Erweiterung strategisch und langfristig. Strategische Expansion potenziert Märkte, Geld und Ideen.

Strategische Expansion erfolgreich zu gestalten und „in aller Munde“ zu sein erfordert umfassende Kenntnisse, langen Atem und ausgeprägte persönliche Resilienz. Sie erfordert Weitsicht und Gestaltungskompetenzen, die eine breite Ausrichtung nicht einbremmst, sondern mit kontinuierlicher Ambition und Ideenreichtum den Markt übernimmt.

Teilnehmende dieses Trainings können sich neue Märkte erschließen. Sie überblicken die Wichtigkeit strategischer Expansion und taktischer Steuerung und wissen, welchen persönlichen Beitrag sie an erfolgreiche strategische Expansion entrichten müssen. Wichtige Methoden und etablierte Techniken geben ihnen Sicherheit in bedachtem Vorgehen.

Inhalte des Trainings

1. Strategische Expansion und taktische Steuerung
   - Definition, Optionen und Methoden von Expansion, Expansionsaggression
   - Zeitpunkt, Ausrichtung, Marktrelevanz, Potenziale strategischer Expansion
   - Angemessene „Lautstärke“ von Expansion bestimmen und orchestrieren
   - Reaktionen von Markt und Wettbewerbern vorausschauend begegnen
2. Strategische Expansion mit Methodik und Techniken substanziell etablieren
   - Marktanalysen, Kapazitätsanalysen und Potenzialanalysen durchführen
   - Instrumente strategischer Planungen kennen und zielorientiert einsetzen
   - Ressourcenplanung, Projektmanagement, Change-Management berücksichtigen
   - Mitarbeiterkompetenzen entwickeln
3. Sich „in aller Munde“ zu bringen
   - Systematische Kontakt- und Multiplikatorenerweiterung durch Präsenzsteuerung
   - Multiplikatorisches Verhalten medienübergreifend und professionell steuern
   - Beziehungen erweitern, Nähe aufbauen, unersetzbar werden
   - Wertebasierte Kooperationen aufbauen, pflegen und erweitern
4. Wahrnehmbare Marktpräsenz erreichen
   - Methoden: Omnipräsenz, Beteiligung, Einflussnahme, Abgrenzung, Kooperation
   - Techniken: Expansionssteuerung, Selbstmarketing, Präsentation & Darstellung
   - Modelle: Positionierung, Schnittstellensteuerung, Leistungssteigerung, Motivation
   - Kompetenzen: Haltung, Wirkung, Persönlichkeitsentwicklung

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- strategische Expansion zu planen, steuern und initiieren.
- Wachstum unternehmerischer Ausrichtung in System und Taktik zu verstehen.
- Methoden und Techniken der strategischen Expansion kennenzulernen.
- inspirierende und verstärkende Netzwerke zu etablieren.
- eigene Kompetenzen zur Erreichung erfolgreicher Expansion einzusetzen.
- „in aller Munde“ zu sein und sich dort wohlzufühlen.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Inspirierende Führung in Kundenservice und Vertrieb

Nutzen des Trainings

In Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung (Einkauf) wirken sich Führungsgrundsätze, -verhalten und -präsenz unmittelbar auf die Außenwirkung und Reputation des Unternehmens als Arbeitgeber beim Kunden aus. Durch intensive Kontakte und die Vielzahl von Kooperationen werden Kompetenzen in Führung und Leadership ungefiltert sichtbar.

Mitarbeitende sind die Schnittstelle zwischen den von Unternehmen benannten Führungskräften und Kunden. Mitarbeiterkompetenz, -motivation, -präsenz und persönliche Eignung, zeigen Kunden in jeglichem Verhalten, mit welcher Ausprägung von Engagement und Verantwortung, Mitarbeitende dem Führungsverhalten von Vorgesetzten folgen.

Für Führungskräfte in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung (Einkauf) bedeutet dieser Umstand doppelte Verantwortung: persönliche Führungsansätze müssen für Mitarbeitende sichtbar und anwendbar kommuniziert und vorgelebt werden und sollten des weiteren durch Mitarbeiter so multipliziert werden, dass sie für Kunden sichtbar werden.

Teilenehmende dieses Trainings verstehen die Verantwortung von Führung in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung und sind sich der doppelten Wirkung bewusst. Sie schöpfen aus einem weiten Themenbereich Techniken und Methoden traditioneller und innovativer Führungskompetenzen und lernen diese in der Praxis anzuwenden.

Inhalte des Trainings

1. Die Rolle und Verantwortung von Führungskräften
   - Definitionen, Abgrenzungen, Unterschiede von Führung und Management
   - Die verschiedenen Rollen von Führungskräften in Unternehmen
   - Spezifika der Führungskräfte von Mitarbeiter*innen mit Kundenumgang
   - Kontinuierliche Erfüllung vielfältiger Verantwortungen gewährleiten
2. Führungsinstrumente und Führungsaufgaben in der Praxis
   - Motivieren, Delegieren, Kontrollieren, Sanktionieren
   - Individuelle und kollektive Ziele vereinbaren und kommunizieren
   - Prozesse definieren und steuern, Verantwortung übertragen, Rollen klären
   - Mitarbeitergespräche zur Leistungssteigerung etablieren und umsetzen
3. Führungsstile, Führungstechniken, Individuelle Führung entwickeln
   - Führungsstile und ihre Entwicklung zur situativen Führung
   - Methoden und Techniken erfolgreicher und sichtbarer Führung in der Praxis
   - Authentisch führen in Kundenservice, Vertrieb und Beschaffung (Einkauf)
   - Selbst- und Fremdbild abgleichen und Differenzen weiterentwickeln
4. Die Wirkung von Mitarbeiter*innen bei Kunden und Geschäftspartnern beeinflussen
   - Konditionierung von Personen in Multiplikationsfunktionen
   - Mitarbeiter*innen zu „Markenbotschaftern“ des Unternehmens weiterentwickeln
   - Kommunikations- und Darstellungskompetenz von Mitarbeiter*innen steigern
   - Zielgruppenorientierte Kommunikation

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Führung von Mitarbeiter*innen mit Kundenumgang inspirierend zu gestalten.
- Mitarbeiter*innen mit gewünschten Außendarstellungen zu beauftragen.
- Führungstechniken und -methoden substanziell zu erlernen.
- Führung sichtbar zu machen.
- allgemeine Führungsansätze zu individueller Führungskompetenz zu entwickeln.
- die Leistung von Mitarbeiter*innen mit System zu steigern.

Teilnehmerkreis

Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Führungskräfte im allgemeinen Kunden-, Lieferanten- und / oder Dienstleistungsumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de

Mitarbeiter durch Zielvereinbarungen zu Höchstleistung motivieren

Nutzen des Trainings

Klare Zuständigkeiten von Personen und Gruppen im Kundenumgang gewährleisten vereinbarte Leistungserbringung und das Erreichen prognostizierter Ergebnisse. Darüber hinaus flankieren Mitarbeiterzufriedenheit und kooperative Führungsgrundsätze das kollektive Verständnis wertschätzender Arbeitsteilung und erfolgreichen Unternehmertums.

Das kollektive Erreichen von Zielen beinhaltet das Verständnis, dass Leistung innerhalb einer Gruppe kontinuierlich verlagert und dimensioniert wird und das die Gruppe somit Defizite Einzelner auffängt und unsichtbar macht. Das kann zu Unmut und Ungleichbehandlung führen, da Stärkere stets die Minderleistung Schwächerer ausgleichen müssen.

Zielvereinbarungen, sowohl kollektiv, insbesondere jedoch individuell haben zur Folge, dass jede Person innerhalb von Gruppen an der Erreichung eigener, angemessene Ziele arbeitet und das Erreichen kollektiver Ziele unterstützt, ohne sie verlangsamen zu können. Ein differenziertes Bild von Leistungserbringung und bessere Ergebnisse sind die Folge.

Teilnehmende dieses Trainings lernen Zielvereinbarungen als gerechten, transparenten und nachvollziehbaren Organisationsansatz kennen. Sie können Ziele präzise formulieren, sie begleiten und bewerten, sodass Einzelpersonen durch ambitionierte Zielvereinbarungen zur Steigerung ihrer individuellen Potenziale kontinuierlich motiviert werden.

Inhalte des Trainings

1. Leistungssteigerung durch Zielvereinbarungen
   - Verständliche und nachvollziehbare Ziele vereinbaren
   - Erreichbarkeit fachlicher und persönlicher Ziele transparent abstimmen
   - Leistungssteigerung als Motivationsinstrument einsetzen
   - Methoden der Leistungssteigerung
2. Motivation in Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung und allg. Kundenumgang
   - Die Außenwirkung motivierter Mitarbeiter*innen auf die Kundenzufriedenheit
   - Intrinsische Motivation fördern, extrinsische Motivation steigern
   - Motivationssteigerung in Zielvereinbarungen sichtbar und transparent machen
   - Wertebasierte Zielvereinbarungen formulieren
3. Anerkennung sichtbarer Leistungssteigerung einzelner Mitarbeiter*innen
   - „High-performer“, „Performer”, „Low-performer“ und „No-performer“
   - Konsequenzen vorbildlicher, zufriedenstellender, unterdurchschnittlicher Leistung
   - Motivation Einzelner zu gruppendynamischer Ausbreitung nutzen
   - Möglichkeiten der positiven Verstärkung vorbildlich agierender Mitarbeiter*innen
4. Mitarbeitende in Höchstform bringen
   - Wertschätzung individueller Kenntnisse und Kompetenzen durch Beteiligung
   - Passgenaue Anerkennungsmöglichkeiten von „High-performern“ formulieren
   - Suggestion und Provokation als gesteuertes „Spiel“ herausragender Leistungen
   - Win-win-Erfolge allerhöchster Leistung als Multiplikation einsetzen

Ziele des Trainings

Dieses Training hilft Ihnen,

- Zielvereinbarungen als faires und transparentes Tool von Leistung zu akzeptieren.
- wertschätzende Zielvereinbarungen zu formulieren.
- Erreichbarkeit vereinbarter Ziele zu gewährleisten.
- Steigerungsmöglichkeiten intrinsischer und extrinsischer Motivation zu nutzen.
- Personen und Gruppen mit Kundenumgang in Höchstform zu versetzen.
- die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit aktiv zu steigern.

Teilnehmerkreis

Mitarbeitende, Spezialistinnen und Spezialisten, Führungskräfte, Unternehmer*innen, Projektverantwortliche der Bereiche Kundenservice, Vertrieb, Beschaffung (Einkauf) und Personen im allgemeinen Kundenumgang.

Unsere aktuellen Veranstaltungsorte, Preise, sowie alle Termine finden Sie unter folgenden Link:

farmersplace.de/trainings

Startzeit / Ende

09.00 Uhr / 16.00 Uhr

Dauer:

1 Tag

farmersplace

Buchung, Details, Inhouse-Service:

+49. (0)431. 57096012

info@farmersplace.de