

eLoquenz

Newsletter der Loquenz Unternehmensberatung GmbH · www.loquenz.de

Sehr geehrte Leserin, sehr geehrter Leser,

Diese Ausgabe platzt geradezu vor neu gesammelten praktischen Projekterfahrungen und -eindrücken, die über unsere eLoquenz zu Ihnen gelangen sollen. Wir berichten darüber, wie Coaching durch Führungskräfte ohne Irritation funktionieren kann und wie Vertriebler den entscheidenden Kick fürs neue Verkaufsjahr bekommen. Außerdem gibt es Buchempfehlungen für den Feierabend oder auch für die anstehenden Feiertage und wie immer: „Just one question...!“

Schlussendlich berichten wir Ihnen viel Neues aus der Loquenz-Welt: Management-Coaching Ausbildung, Veranstaltungstipps und eine Vorab-Buchempfehlung in eigener Sache: In Kürze erscheint das „Praxishandbuch Change Management“, dessen Inhalte wir als Herausgeber und Autoren mitgestaltet haben.

Wie immer: Viel Spaß beim Lesen!



Stephan Teuber



Jan Kuhnert

Inhalt

Editorial

Der Wolf im Schafspelz?

Als Führungskraft coachen
von *Claudia Heizmann*

Herausforderung für Verkaufspromis

Im neuen Jahr mit Begeisterung verkaufen
Von *Hans-Gerd Dobben* und *Stephan Teuber*

Buchbesprechung (1)

Bernd Linder-Hofmann,
Manfred Zink: Die innere Form.
Zen im Management.
von *Stephan Teuber*

Buchbesprechung (2)

Edgar K. Geffroy: Clienting:
Kundenerfolge auf Abruf
von *Stephan Teuber*

„Just one Question...?“

„Wozu nützt eine Weiterbildung Management-Coaching (Loquenz)?“
Claudia Heizmann antwortet...

Aktuelles

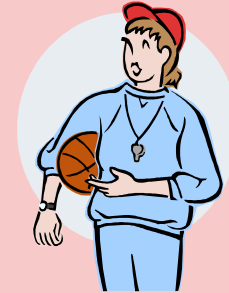
Management Coaching
Systeme stellen
Veranstaltungstipps
Literaturtipps

Der Wolf im Schafspelz

Als Führungskraft coachen

Zwischen Trainer und Therapeut?

Für die einen eine Selbstverständlichkeit, für die anderen die Quadratur des Kreises – es geht um die **Kombination von Führung und Coaching**. Welche Führungskraft würde sich nicht in der Rolle gefallen, als beliebter Mannschaftscoach wie eine Art Super-Klinsi sein Team zu Höchstleistungen anzufeuern, bei Krisen als verständnisvoller Berater zur Seite zu stehen und das alles in einer vertrauensvollen Atmosphäre - irgendwo zwischen Trainer und Therapeut? Im angloamerikanischen Raum ist die Bezeichnung Coaching für einen Führungsstil, der die Weiterentwicklung der Mitarbeiter in den Vordergrund stellt, gang und gäbe. Unter Coaching wird dort verstanden, dass die Mitarbeiter von ihrem Vorgesetzten fachlich trainiert, angeleitet und motiviert werden. Dieser aus dem Sportbereich übernommene Begriff hat zunächst unser Coachingverständnis im deutschsprachigen Raum stark geprägt.



Unterschiedliches Coachingsverständnis

Wo liegt also das Problem? Die Debatte zum Anspruch bzw. Aufforderung an Führungskräfte, neben anderen Aufgaben wie kontrollieren, delegieren, organisieren, entscheiden auch noch zu coachen, entzündet sich an einem **tiefer greifenden Coachingverständnis**. Hier wird Coaching als ein Raum für persönliche Entwicklungsthemen verstanden, in dem Ängste, Wünsche, Defizite, innere Blockaden und einschränkende Einstellungen in einer offenen und vertrauensvollen Atmosphäre angesprochen werden können. Ohne dass die Gefahr eines Gesichtsverlusts besteht und ohne dass der Coachee Nachteile für sein berufliches Weiterkommen befürchten muss. Rahmenbedingungen dafür sind Vertraulichkeit, Freiwilligkeit und ein neutraler und wohlwollender Coach. **Bei diesem Coaching im engeren Sinne wird die Rolle der Führungskraft als Coach eher kritisch diskutiert.** Die Bedenken sind groß, dass der „Schuss nach hinten los geht“, wenn das Agieren der Führungskraft zwischen Erfolgsdruck und Entwicklungsbegleitung für den Mitarbeiter unberechenbar wirkt.

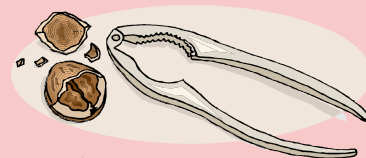


Rahmenbedingungen dafür sind Vertraulichkeit, Freiwilligkeit und ein neutraler und wohlwollender Coach.

Knackpunkte, wenn Führungskräfte ihre Mitarbeiter coachen

1. Machtgefälle Vorgesetzter-Mitarbeiter

Kritisch ist das Machtgefälle, das zwischen Führungskraft und Mitarbeiter besteht und dazu führen kann, dass Coachinginhalte später gegen den Mitarbeiter verwendet werden, z.B. wenn es zu einer Beurteilungs- oder Entscheidungssituation kommt.



Stichwort: MACHT

Martina F. spricht bei ihrem Abteilungsleiter Andreas G. in einem Mitarbeitergespräch an, dass sie grundsätzlich Lust auf die offene Teamleiterstelle hat. Allerdings hat sie bei zwei Teammitgliedern ein unguutes Gefühl, ob sie von den beiden als Teamleiterin akzeptiert wird. Frau F. fragt ihren Abteilungsleiter nach seiner Einschätzung. Herr G. meldet Frau F. zurück, dass er es klasse findet, dass sie ihre Zweifel offen anspricht und erarbeitet mit ihr Punkte, die dafür sprechen, dass sie die Teamleiterfunktion erfolgreich bewältigen kann und was sie noch braucht, um sich für die Aufgabe sicher zu fühlen. Zuversichtlich geht Martina F. aus dem Gespräch.

Später entscheidet sich Herr G. auf Wunsch seines Bereichsleiters für einen anderen Kollegen. Frau F. hat das Gefühl, dass sie wegen ihrer Offenheit im Mitarbeitergespräch benachteiligt wurde und reagiert merklich abgekühlt und zurückhaltend auf Gesprächsangebote ihres Vorgesetzten.

2. Hohe Empfindlichkeit und Vertrauensverlust in Krisen

Häufiger Anlass für ein Coaching sind aktuelle Probleme und Leidensdruck. Für viele ist es zunächst verletzend, eine negative Beurteilung und die Aufforderung zu einem Coaching zu bekommen. Der eigene Chef ist nur selten der Ansprechpartner der Wahl, da die Blamage und der Gesichtsverlust als immens empfunden werden. Da ist es für einen externen Coach leichter, das nötige Vertrauen zu schaffen.

3. Rollenkonfusion

Mitarbeiter zu coachen führt immer wieder zu Rollenkonflikten für die Führungskraft: Welchen Hut habe ich nun auf? Wie mache ich für den Mitarbeiter transparent, wann wir uns in einem Coachingkontext befinden und wann ich die Führungskraft bin, die einfordert und auch mal hart durchgreift? Kommt hier nicht der „leistungsbewertende Wolf im partnerzentrierten Schafspelz“ (Loos, W. 1991) daher?

Stichwort: ROLLENKONFUSION

Die Abteilungsleiterin der Personalentwicklung **Petra S.** wird von der Geschäftsführerin gerne als „Kummerkasten“ benutzt. Immer wieder wird sie gegen Abend in vertrauliche Gespräche verwickelt, in denen die Geschäftsführerin ihr das Herz ausschüttet. Die Kollegen beobachten diese Treffen seit einiger Zeit argwöhnisch. Dadurch gerät Petra S. in der Firma in eine heikle Position: Manche meiden sie, andere versuchen sie für ihre Anliegen zu instrumentalisieren. Diese Coachinganfrage sollte unbedingt mit einem externen Coach bearbeitet werden.

4. Kapazität und Kompetenz der Führungskraft

Ein weiterer kritischer Punkt bleibt die Frage nach der Kapazität und der Kompetenz der Führungskräfte, zusätzlich zu fachlicher und disziplinarischer Führung zu coachen. Ist Coaching zeitlich machbar, denn ein Gespräch mit Coachinganteilen, in dem der Mitarbeiter mit Fragen in einen inneren Suchprozess geleitet wird, braucht Zeit.

Tipps !

Wann ist es ratsam, einen externen Coach zu beauftragen?

- Das Verhältnis der Führungskraft zum Mitarbeiter/zur Mitarbeiterin ist angespannt
- Der/die Mitarbeiter/-in ist eher verschlossen, zögernd und zurückhaltend
- Der/die Mitarbeiter/-in bleibt auf der Sachebene
- In nächster Zeit steht eine Beurteilungssituation an
- Es besteht eine Krisensituation, persönlich oder im Unternehmen
- Ausweichende Antworten des Mitarbeiters auf Zielfragen
- Der/die Mitarbeiter/-in lehnt Ziele ab
- Die Unternehmenskultur ist geprägt durch Hierarchie- und Statusdenken

Wann könnte Coaching durch die Führungskraft passen:

- Der/die Mitarbeiter/-in spricht ein Anliegen von sich aus an
- Es geht um ein Entwicklungsthema
- Der/die Mitarbeiter/-in erzählt bereitwillig von dem, was ihm dazu durch den Kopf geht
- Die Beziehung ist von Vertrauen und Offenheit geprägt
- Die gelebten Werte im Unternehmen sind entwicklungsorientiert, mit Fehlern wird konstruktiv umgegangen
- Es bestehen eher flache Hierarchien
- Es besteht Achtung und Sympathie zwischen Mitarbeiter/-in und Führungskraft

Coachingtechniken für Führungskräfte „by-the-Way“

Frau F. hat das Gefühl, dass sie wegen ihrer Offenheit im Mitarbeitergespräch benachteiligt wurde.

Welchen Hut habe ich nun auf?



Ein intensiver Coachingprozess zwischen Mitarbeiter/-in und Führungskraft ist mit Vorsicht zu genießen und in einigen Konstellationen völlig ausgeschlossen. Dennoch: Viele Coachingtechniken lassen sich unbemerkt „by-the-Way“, das heißt, ohne explizite Coachingvereinbarung, einsetzen und sind dennoch sehr hilfreich, um ein Mitarbeitergespräch konstruktiv zu gestalten oder Entwicklungsprozesse zu forcieren.

Es ist daher für Führungskräfte auf jeden Fall ratsam, wirksame Coachingtools zu erlernen! Die wichtigsten Coaching-Interventionen beziehen sich auf sprachliche Wendungen wie z.B. Fragetechnik. Ähnlich wie bei den von Manfred Prior beschriebenen MiniMax-Interventionen geht es darum, mit kleinen Interventionen das Gegenüber in den Lösungsraum zu lenken. Die wichtigste Eigenschaft ist es, auch bei komplexen Themen einfach zu bleiben, denn „Einfach zu bleiben verlangt ein großes Maß Disziplin und großes Können“ (Szabo/Kim Berg 2006).

Die Coachingtechniken „by-the-Way“ sind relativ schnell erlernbar und von jedem unauffällig anwendbar. Die Interventionen sind von großer Wirkung, da Widerstände in Gesprächen abgebaut werden oder erst gar nicht entstehen. Das Augenmerk liegt dabei auf Lösungsorientierung und konstruktiven Frageformen mit dem Ziel, die Arbeit zu erleichtern.

Den Dreh hinbekommen

Es geht letztlich bei allen Interventionen darum, das Gespräch und das Denken in eine nützliche Richtung zu lenken und in lähmenden Problemsituationen immer wieder den Dreh in Richtung Lösungssuche zu schaffen. Das können Sie jederzeit und überall tun. Dennoch: Coachinginterventionen „by-the-Way“ sind natürlich kein Ersatz für einen Coachingprozess! Bei vielen Themen und Konstellationen im Unternehmenskontext macht es daher Sinn, ein externes Coaching in Anspruch zu nehmen.

Interventionen sind bestimmte Formulierungen, Reframings (d.h. Probleme in einem anderen Licht sehen, z.B. eine Krise als Lernchance begreifen) und Fragen, die in Richtung Lösung zielen. Dies funktioniert sowohl in expliziten Coachingsitzungen wie auch „by-the-Way“ in Mitarbeitergesprächen oder Teamsitzungen. Und wie bei allen Führungsthemen gilt ganz im lösungsorientierten Sinne: Es geht nicht um richtig oder falsch, es geht um Feedback. Wenn Sie merken, dass es funktioniert, machen Sie mehr davon. Wenn es nicht funktioniert, probieren Sie etwas anderes!

Literatur:

Loos, Wolfgang: Unter vier Augen. Coaching für Manager. 1991
 Prior, Manfred: MiniMax-Interventionen. 15 minimale Interventionen mit maximaler Wirkung. 2002
 Rauen, Christopher: Coaching. Innovative Konzepte im Vergleich. 2003
 Szabo, Peter; Kim Berg, Insoo: Kurzzeitcoaching mit Langzeitwirkung. 2006

**Einfach zu bleiben verlangt ein großes Maß Disziplin und großes Können.
 (Szabo/Kim Berg 2006)**

Kontakt

Sie möchten weitere Informationen zum Thema Coaching oder zu unserer Ausbildung Management-Coaching (Loquenz)?
 Wenden Sie sich an
 Claudia Heizmann

Fon & Mail

0711 - 75 85 77 870



claudia.heizmann@loquenz.de

Herausforderung für Verkaufsprofis:

Im neuen Jahr mit Begeisterung verkaufen

Das neue Jahr ist nun auch schon wieder einige Wochen alt und die ersten Herausforderungen liegen bereits hinter den Vertriebsmitarbeitern. Das „Danke“ vom Management für das erfolgreiche letzte Jahr ist nun fast endgültig verhallt, dominierend war und ist „Wie sieht es mit neuen Aufträgen aus“? Kurzum: das berühmte neudeutsche „umschichten“ war in den letzten Wochen gefragt. Aber das ist eben gar nicht so einfach! Sowohl von Verkäufern selbst als auch von Vertriebs- und Personalleiter/-innen werden wir immer wieder gefragt, wie der erfolgreiche Umgang mit dieser Situation gestaltet werden kann, beziehungsweise wie Vertriebsmitarbeiter im alljährlichen Jahresanfangstief unterstützt werden können.

Die Empfehlungen und Tipps lassen sich in Form eines **Stufenplans** darstellen. Dieser erlaubt es, klarer zu sehen und sofort zu starten ohne in Orientierungslosigkeit zu verharren. Besondere Dynamik bekommt der „Neujahrs-Kickoff“ durch ein (Kurz-) Coaching und andere Maßnahmen der gezielten Vertriebsunterstützung. Die drei Schritte zum Erfolg lauten:

1. Schritt: Loslegen mit dem Ziel vor Augen!

Aktion hilft, blinder Aktionismus nicht! Sicherlich ist es nicht sinnvoll in der Jahresanfangsdepression zu verharren, doch ein Loslegen ohne Sinn und Verstand ist ebenfalls kontraproduktiv. Folgende Fragen sollte der Vertriebsprofi zum Jahrsbeginn beantworten können: Wie sieht der vorgegebene zeitliche Rahmen aus? Was wird konkret erwartet?

Da diese Kriterien in aller Regel Bestandteile der neuen Zielvereinbarung sind, lautet die alles entscheidende Frage: Versteht der Verkäufer seine Zielvereinbarung? Wie steht diese im Einklang mit seinem Tun? Die Beantwortung dieser Fragen sorgt dafür, dass Vertrieb und Verkäufer - im Sinne des Unternehmens - „in der Spur“ bleiben.

2. Schritt: Zielvereinbarung und persönlicher Einkommensplan

Im zweiten Schritt muss der Verkäufer seinen persönlichen Einkommensplan kennen. Erst wenn die persönlichen Einkommensziele und/oder – notwendigkeiten für das neue Jahr bekannt sind, und wenn die Zielvereinbarung verinnerlicht ist, können Verkaufsabschlüsse und Einkommensziele aufeinander abgestimmt werden. Gibt es zum Beispiel Teilziele für spezielle Produkte, Services oder Ertragsarten, die erfüllt werden müssen? Gibt es Vorgaben für Neukunden oder neue Buying Center bei bestehenden Kunden? Gibt es Bonusmöglichkeiten?

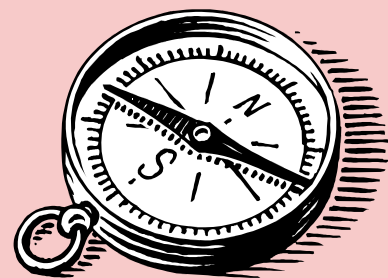
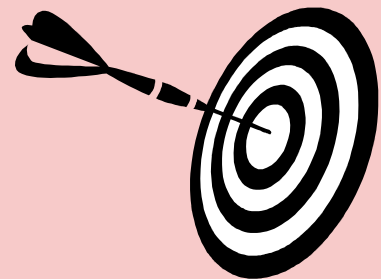
3. Schritt: Notwendige und mögliche Abschlüsse bilanzieren

Sobald sich die Verkäufer darüber im Klaren sind, welche Verkaufsabschlüsse notwendig sind, ist der Zeitpunkt gekommen, die aktuelle Lage zu bilanzieren: Was ist in der Pipeline?

Welche Kunden, welches Kundenspektrum betreut der Verkäufer? Aus dem Vergleich der aktuellen Situation mit den notwendigen Verkaufsabschlüssen, sind dann konkrete Aktivitäten zu planen, wie zum Beispiel welche und wie viele Interessenten müssen angesprochen werden?

Tipp!

Eine Daumenregel besagt, dass pro Euro Umsatz, mindestens drei Euro Abschlussmöglichkeiten einzuplanen sind. Mit anderen Worten: Es muss eine Pipeline qualifizierter Interessenten aufgebaut werden, die dreimal (!) so groß ist wie das Ziel.



Unterstützung für Vertriebsprofis: Instrumente

Um weder wertvolle Zeit noch Energie am Jahresanfang zu verschwenden, empfehlen wir, die obigen Schritte durch eines oder mehrere der folgenden Instrumente zu flankieren:

1. SPE (Sales Potenzial Analyse)

Bei einer SPE handelt es sich um ein Testverfahren, das entscheidende Potenziale im Vertriebsbereich (zum Beispiel Kontaktfähigkeit, Selbstvertrauen, Soziale Kompetenz, Systematik/Planung) aufdeckt. Das Instrument eignet sich insbesondere als vor geschaltete Maßnahme zu Trainings und Coachings und ist mit einem ausführlichen persönlichen Auswertungsgespräch verbunden.

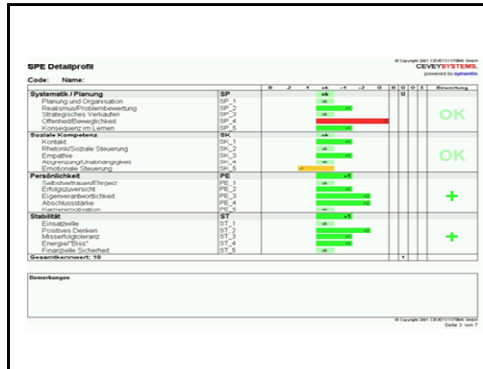


Abb. 1: Hohes verkäuferisches Potenzial

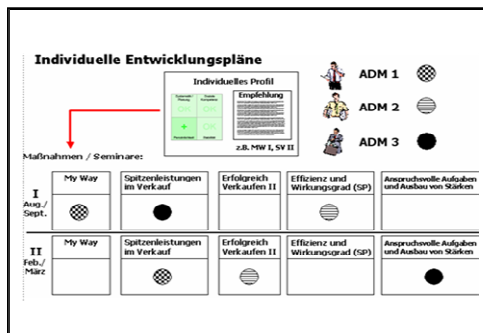


Abb. 2: Differenzierte Lernprozesse in Abhängigkeit vom SPE-Profil

Im Vertriebsbereich bedeutet lösungsorientiertes Coaching bedingungslose Abschlussorientierung, was sich umgehend in den Umsatzzahlen bemerkbar macht.

3. Training und Telefoncoaching

Eine weitere Möglichkeit, den Kick für das neue Jahr zu bekommen, ist ein gezieltes Training. Dazu passt das **ValueSelling Framework™** ausgezeichnet. Hierbei handelt es sich um eine bewährte und nachhaltige Verkaufsmethode. In der Trainingsveranstaltung definiert jeder Vertriebsmitarbeiter seine konkrete Zielvereinbarung. Der folgende Umsetzungsprozess wird durch ein **Bildungscontrolling-Tool und regelmäßiges Telefoncoaching** begleitet. Da die Zielvereinbarung im Beisein der Kollegen in der Trainingsgruppe getroffen wird, erhöht sich die Verbindlichkeit der Zielerreichung: Der Wettbewerb um das beste Umsatzergebnis kann beginnen!

4. Rituale

Einer Jahresanfangs-Motivationskrise kann auch durch ein **Neujahrskickoff Ritual** begegnet werden. Anlässlich des gemeinsamen Vertriebs-Events werden alle auf das neue Jahr eingestimmt.

Die genannten Instrumente erhöhen die Verbindlichkeit einer getroffenen Zielvereinbarung und sichern Erfolge bereits im ersten Quartal des neuen Jahres!

2. (Kurz-) Coaching mit anhaltender Wirkung
Ein (Kurz-) Coaching, bei dem Coach/Coachee die wichtigen Fragen ansprechen und mit Motivationsarbeit und System die anstehenden ersten und weiteren Schritte gehen, lässt keinen Vertriebsprofil in das berühmte Jahresanfangsloch fallen. Die Coachingbegleitung **aktiviert** und hilft die ersten schwierigen Wochen zu überwinden und die Ziele fest im Blick zu behalten.

Kontakt

Sie interessieren sich für unsere Instrumente zur Unterstützung des Vertriebs? Gerne klären wir mit Ihnen Ihr konkretes Anliegen und erstellen ein passgenaues und ausführliches Angebot für Ihre Situation.

Fon & Mail

0711 - 75 85 77 870



hans-gerd.dobben@loquenz.de
und
stephan.teuber@loquenz.de

Buchbesprechung (I)

Bernd Linder-Hofmann und Manfred Zink:

Die innere Form. Zen im Management.

„Momente der Ruhe für alle, die Luft holen, Spielzüge durchschauen und die eigene Strategie überdenken möchten“ – das ist der Anspruch der GELLIUS editionAuszeit, in der das Buch „Die innere Form“ erschienen ist. Grundthese der Autoren ist, dass die äußere Form, d.h. das äußere Werk, in der Regel gegenüber der inneren Form überbetont wird. Mit „innerer Form“ meinen sie Einstellung, Werte, Haltung, Selbstwertgefühl – das Selbst-Bewusstsein. Den Weg zur inneren Form sehen sie in zwei Optionen. Zum einen den westlichen Weg über die Mystik, zum anderen den östlichen Weg über Zen. Diese Wege beschreiben sie in **eindrucksvollen und schlichten Worten**.

Warum solch eine Buchempfehlung in unserer eLoquenz? Für mich stellt sich in den letzten Jahren im Bereich Executive Coaching immer häufiger die Frage, **um was es meinen Coachees tatsächlich geht**. In der Regel sind in der Zwischenzeit alle nahezu perfekte Experten für eindrucksvolle Präsentationen und Außendarstellungen (äußere Form). Was vermisst wird, und wodurch es recht häufig zu Coachingmandaten kommt, ist die innere Ausrichtung des Spitzenmanagers auf ein klares Ziel. In dieser Ausrichtung bietet das Buch erste Ideen und Hilfestellungen. Und es vermittelt nicht die falsche Hoffnung, dass diese innere Form mit ein paar Workshoptagen zu erreichen ist, sondern dass sie einen entsprechenden Lernweg darstellt. Die ab und zu eingestreuten Erzählungen aus der Zen-Literatur lassen diesen Weg erahnen.

Als Beispiel sei hier die Kunst des Bogenschießens genannt: Beim Bogenschießen in der Art des Zen geht es nicht darum, in die Mitte der Zielscheibe zu treffen, sondern es geht darum, dass wir das Ziel klar in den Blick nehmen, durchatmen und uns entspannen. Erst dann naht der Moment des Loslassens, bei dem ich mich ganz auf das Loslassen zu konzentrieren habe. Und gerade durch dieses Loslassen kommt es zu der ihm eigenen Treffsicherheit. Mehr dazu unter „Zen in der Kunst des Bogenschießens“; Herri-gel. Doch das wäre schon wieder eine weitere Buchempfehlung....

Zurück zur inneren Form. Aufgrund seiner Klarheit in der Sprache, der kurzen Abschnitte und seines Formates eignet sich das Buch hervorragend für die abendliche Lektüre. Und vom Thema her gesehen spricht es ein Grundbedürfnis des Menschen an, das im Management traditionellerweise zu kurz zu kommen scheint.

Stephan Teuber

Linder-Hofmann, Bernd; Zink, Manfred:
Die innere Form. Zen im Management. München: Gellius. ISBN 3-936179-03-4

Bestellen Sie unter:

<http://www.amazon.de/Mangement-Nachwort-europ%C3%A4ischen-Zen-Lehrer-Polenski/dp/3936179034/loquenz21/302-2126711-1044808?ie=UTF8&s=books&qid=1175596023&sr=1-1>



Buchbesprechung (2)

Edgar K. Geffroy: Clienting. Kundenerfolge auf Abruf.

Abends nach einem Workshop, beim Stöbern in einem modernen Antiquariat, fiel mir dieses Buch aus dem Jahr 1995 in die Hände. Natürlich merkt man dem Werk die 12 Jahre an, trotzdem lohnt sich die Lektüre. Geffroy macht ausführlich und eindrücklich deutlich, dass es einen wesentlichen Punkt gibt, der für den Erfolg ausschlaggebend ist. Es ist der Kunde!

Er schlägt die Brücke **vom eigenen Denken über den Kunden bis hin zu der Frage, wie erreiche ich es, dass mich der Kunde aktiv empfiehlt?** Konkreter: Wie können wir unserem Kunden helfen, erfolgreicher zu sein und uns dadurch selbst vom Wettbewerber differenzieren? Darüber Antworten vorzulegen und konkrete Vorschläge für Kundenerfolgs-Steigerungskonzepte aufzuzeigen ist der Grundgedanke dieses Buches.

Geffroy beantwortet diese und jede andere seiner Fragen in seinem **bewährten 1-Seiten-Format mit den Unterkapiteln:**

- Wann ist der beste Zeitpunkt für eine Empfehlung? Antwort: immer
- Was ist die beste Empfehlungsformulierung? Antwort: Möglichst schon zu Beginn des Verkaufsgesprächs
- Wie "verkaufen" Sie Ihre Empfehlung? Antwort: je nach Gegenüber

Auch diese Antworten sind nicht unbedingt neu. Was aber erreicht Geffroy? Meine Gedanken wach zu halten: wie könnte ich, durch besseres Clienting, und durch daraus entstandene Kundenerfolgsgeschichten noch mehr Empfehlungen bekommen? Und damit ist es bereits sein Geld wert - als Erinnerung für das tägliche Dranbleiben und Besserwerden direkt am Kunden und seinen Bedürfnissen.

Stephan Teuber

Geffroy, Edgar K. (1995): Clienting. Kundenerfolge auf Abruf. Landsberg: moderne industrie. ISBN: 3-478-23673-8
<http://www.amazon.de/Clienting-Kundenerfolge-Abruf-Edgar-Geffroy/dp/3478236703/loquenz21/302-2126711-1044808?ie=UTF8&s=books&qid=1175595373&sr=8-3>



Kontakt

Sie haben einen Tipp zu einer Buchbesprechung? Wenden Sie sich an Stephan Teuber.

Fon & Mail

0711 - 75 85 77 870

stephan.teuber@loquenz.de

„Just one question...?“

**Wir fragen:****Inwiefern ist die Weiterbildung Management-Coaching nützlich, Claudia?**

In der Weiterbildung lernen die Teilnehmer/-innen, andere Menschen in den Lösungsraum zu lotsen – das ist äußerst nützlich! Jeder kennt Situationen wie die folgenden: Konfliktreiche Mitarbeitergespräche, lähmende Teamsitzungen, die Blockade vor einer schwierigen Aufgabe ... - der

Bedarf an Coaching wächst, vor allem wenn es darum geht, Veränderungen angstfrei und produktiv zu begegnen. Das hohe Veränderungstempo in Unternehmen führt dazu, dass Mitarbeiter/-innen schnell umlernen und sich neu orientieren müssen. **Wer Coachingtools beherrscht, vermeidet unnötige Widerstände und lenkt konsequent den Fokus weg von Problemen hin zu Lösungen und Möglichkeiten.**

Durch moderne Managementmethoden wie Team- und Projektarbeit verändert sich peu à peu die Rolle der Führungskraft vom Anweisungsgeber hin zum Entwickler der Human Resources. Coachingtools sind für **Führungskräfte** daher eine sinnvolle Erweiterung der Interventionsmöglichkeiten. Absolventen der Weiterbildung erzählen uns regelmäßig, dass sie in ihrer Führungsrolle gewachsen sind und sich Kommunikation und Arbeitsatmosphäre in der Abteilung verbessert haben. Schwierige Führungssituationen, bei denen sie bisher unter innerem Druck standen, können sie nun gelassener meistern. Wichtige Key-Learnings sind z.B., sich in Gesprächen nicht nur auf die Inhalte zu konzentrieren, stärker auf Kompetenz und Kreativität der Mitarbeiter bauen sowie ein gesteigertes Selbstbewusstsein vor allem in komplexen Führungssituationen. Das alles sind elementare Voraussetzungen für Entwicklungsbegleiter!

Für **Personalentwickler/-innen** ist die Weiterbildung in mehrfacher Hinsicht spannend: Zum einen sind sie oft verantwortlich für Coachingkonzeptionen im Unternehmen. Ein fundiertes Coachingverständnis ist für diesen Personenkreis ebenso wichtig, wie die Kriterien, nach denen zum Unternehmen passende externe Coaches eingekauft werden sollten. Zum anderen sind Personaler selbst immer wieder in Gesprächssituationen, in denen Coachingtools sehr wirksam sind, z.B. Gespräche mit Nachwuchsführungskräften, bei der Leitung von Projektteams oder bei Fragen der beruflichen Umorientierung. Und last but not least bieten manche Personalentwickler/-innen selbst Coachingsitzungen an und für einige Absolvent/-innen stellt es eine reizvolle Perspektive dar, die Begleitung von Coachingprozessen zu einem beruflichen Schwerpunkt auszubauen.

Kontakt

claudia.heizmann@loquenz.de

0711 - 75 85 77 870

Aktuelles**Weiterbildung Management-Coaching**

Im Juni startet die nächste Ausbildungsgruppe zur Weiterbildung Management-Coaching. Dieses einmalige Angebot richtet sich an Personalentwickler/-innen, Führungskräfte, Trainer- und Berater/-innen - also Personen in leitenden und beratenden Funktionen, die im Kontext von Unternehmen selbst Coaching anbieten oder Coaching als Personalentwicklungsinstrument positionieren möchten. Inhalte sind u.a.

- Welche Coachingtechniken kann ich als Führungskraft bei schwierigen Mitarbeitern einsetzen?
- Wie kann ich Mitarbeiter auf neue Aufgaben vorbereiten?
- Was gilt es zu beachten, wenn ich als interne/r Personalentwickler/-in Coaching einsetze?

Achtung: Zwei freie Plätze sind noch zu haben!

Außerdem nehmen wir das aktuelle Thema „Change-Coaching“ neu dazu, bei dem Sie Coachingtechniken für Veränderungsprozesse vermittelt bekommen.

Da der Lehrgang nach Coachinganlässen gegliedert ist, lernen Sie verschiedene Coachingmodelle und -ansätze in ihren Handlungsfeldern - Potenzial-Coaching, Crash-Coaching, Team-Coaching, Change-Coaching - sehr anwendungsbezogen kennen. Start der nächsten Weiterbildung ist am 14. Juni 2007 in Leinfelden-Echterdingen.

Nähere Infos sowie die Termine für die Infoabende erhalten Sie unter www.loquenz.de/ws_coach.htm oder unter office@loquenz.de

Systeme stellen – mehr als ein Format

Workshop für Coaches die eine Coachingweiterbildung abgeschlossen und Vorerfahrung zu diesem Thema haben.

Nach der allgemeinen Einführung in das Thema Systeme stellen im ersten Workshop wird sich Teil II intensiver mit den **systemischen Strukturaufstellungen** beschäftigen.

An diesem Workshoptag soll es insbesondere darum gehen, wie gehe ich als Coach mit unklaren Anliegen um, wie kann eine Aufstellung einen Coachee darin unterstützen, das „**verdeckte Thema**“ zu erkennen und als weitere Ressource nutzen.

Neben diesem Schwerpunkt sollen aber auch weiterhin die generellen Fragestellungen wie z.B. der **Wirkung** einer Aufstellung, der **Rolle der Repräsentanten** und der Haltung der **Aufstellungsbegleitung** Beachtung finden.

Termine:

Teil II: Samstag 05.05. 9.00 – 17.00, Teil III: Samstag 30.06. 9.00 – 17.00

Die Teilnahmegebühr beträgt 160 € (incl. MwSt.). Die Broschüre können Sie unter www.loquenz.de/aktuell_news.htm als PDF downloaden.

Veranstaltungstipp (1)

Zukunftskonferenz „Uckermark“, Termin: 23.-24. Juni 2007 in Seehausen.
http://www.loquenz.de/pdf/zukunftskonferenz_uckermark_2007.pdf

Veranstaltungstipp (2)

"Akquise und Vertrauen" Vortrag am 2. Zukunftskongress für persönliche und systemische Entwicklung - "Pathways of Change" 3.-5. August 2007 in Abano Terme bei Venedig/Italien.

http://www.metaforum.com/deutsch/impulse_specials/metaforum_kongress_beschreibungen.php

Literaturtipp (1)

Das Praxishandbuch Coaching (Hrsg. Stephan Teuber) ist im Verlag Vahlen erschienen. Über den Link können Sie bei amazon.de bestellen:
<http://www.amazon.de/exec/obidos/ASIN/3800631253/loquenz-21/302-8479453-3719228>

Literaturtipp (2)

In wenigen Wochen erscheint das Praxishandbuch Change Management (Hrsg. Jan Kuhnert und Stephan Teuber) mit Beiträgen von Jan Kuhnert, Stephan Teuber und Daniela Himmelreich. Ihre Vorbestellung nimmt unser Büro gerne entgegen.

Telefon: 0711 – 75 85 77 870 oder unter office@loquenz.de.

Flowcon - Seminare im Bereich Gesundheit und Fitness

Nähere Infos finden Sie unter

www.flowcon.de

Kontakt

Sie möchten weitere Informationen zum Management-Coaching ?

Wenden Sie sich an unser Büro in Leinfelden!

Fon & Mail

Claudia Heizmann
0711 - 75 85 77 870

office@loquenz.de

Impressum

Loquenz
Unternehmensberatung GmbH
Max-Lang-Straße 56
70771 Leinfelden-
Echterdingen
Fon (0)711 75 85 77 870
Fax (0)711 75 85 77 850
E-Mail office@loquenz.de
www.loquenz.de
Redakteur und verantwortlich i.S.d.P.:
Stephan Teuber

