

Ihr Logo

SEMINARVERANSTALTUNG

# Professionelle Kundenbetreuung durch motivierte Mitarbeiter

LESERKOPPEL



*Musterunternehmen  
Deutschland AG*

*(Logo Ihres Auftraggebers)*

**Musterunternehmen Deutschland AG**

*(Firmenbezeichnung Ihres Auftraggebers)*

Datum

*(Datum der Seminarveranstaltung)*

- **Musterunternehmen**
- Musterstraße 1
- 12345 Musterstadt

- **Telefon:** +49 123 123456
- **Telefax:** +49 123 123457

- **http://www.trainplan.de**
- **E-Mail:** mail@trainplan.de

LESERPROBE

Das vorliegende Skript ist Bestandteil der Seminarkonzepte TRAINPLAN®, welche nur mit einer gültigen Lizenzierung/Firmierung vom jeweiligen Lizenznehmer verwendet werden dürfen. Eine gültige Lizenzierung beinhaltet die Vervielfältigung und Weitergabe dieses Teilnehmerskriptes, jedoch nur an Seminar- und Schulungsteilnehmer des Lizenznehmers. Der Lizenznehmer ist verpflichtet, den nachfolgenden Text auf dieser Seite beim Vervielfältigen weder zu verändern oder zu löschen, so dass dieser Hinweis in jedem vervielfältigten Skript erhalten bleibt.

Alle Rechte vorbehalten incl. der fotomechanischen Wiedergabe und der Speicherung in elektronischen Medien. Kein Teil dieses Werkes sowie der dazugehörigen Bestandteile darf in irgendeiner Weise (Druck, Fotokopie, Mikrofilm etc.) ohne schriftliche Genehmigung oder gültige Lizenz des Herausgebers reproduziert, vervielfältigt oder anderweitig privat oder gewerblich verwertet werden.

Bei der Zusammenstellung dieses Werkes wurde mit größter Sorgfalt vorgegangen. Trotzdem können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden. Der Herausgeber kann daher für evtl. Fehler und die daraus resultierenden Folgen weder eine juristische Verantwortung noch irgendeine Haftung übernehmen. Verbesserungsvorschläge und Hinweise nehmen wir gerne unter [redaktion@trainplan.de](mailto:redaktion@trainplan.de) entgegen.

In diesem Werk aufgeführte Hardware- und Softwarebezeichnungen sind in der Regel eingetragene Warenzeichen oder sollten als solche betrachtet werden.

© TRAINPLAN® – Bildungsmedien und Verlagsprodukte

TRAINPLAN® ist ein eingetragenes Warenzeichen der SCHMITT Wirtschaftsberatungsgesellschaft mbH

## Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung .....</b>	<b>6</b>
Was ist Erfolg?.....	6
Arbeitsblatt: Wie definieren Sie für sich den Begriff „Erfolg“?.....	8
<b>Zielsetzung/Zielerreichung.....</b>	<b>9</b>
Ziele als Lebenskonzept .....	9
Warum brauchen Sie überhaupt Ziele? .....	10
Wie Sie Ihre Ziele erfolgreich realisieren .....	12
Zieldefinition.....	12
Formale Anforderung eines Ziels .....	12
Gesteckte Ziele formulieren.....	13
Wichtige Grundsätze zur Zielvereinbarung.....	14
Übungsblatt: Zielsetzung/Zielerreichung .....	16
Vom Ziel zur Zielvereinbarung (Richtziel – Grobziel – Feinziel).....	17
Richtziel – Grobziel – Feinziel.....	18
Zielmanagement – Zielkontrolle .....	19
Checkliste 1: Zielmanagement – Zielkontrolle 200.....	19
Formular: Zielmanagement – Zielkontrolle 200.....	20
<b>Qualitätsmanagement .....</b>	<b>21</b>
Interne Kunden und externe Kunden.....	22
Auswirkungen der stetigen Qualitätsverbesserungen .....	23
<b>Kundenorientierung geht jeden an! .....</b>	<b>24</b>
Überdenken Sie Ihre Einstellung.....	25
Interne Reaktion – externe Wirkung.....	26
Arbeitsblatt: Interne Reaktion – externe Wirkung.....	27
Das Zusammenspiel von Kundenerwartung und Kundenzufriedenheit.....	28
Was bringt Kundenorientierung dem Kunden? .....	31
Ermittlung der Kundenzufriedenheit .....	31
Erkennen der Erwartungen.....	32
Analysieren der Erwartungen .....	32
Erwartungen erfüllen.....	32
Erwartungen übertreffen.....	32
Der WOW - Effekt .....	33
Arbeitsblatt: Erwartung und Erfüllung.....	34
Auswertung: Erwartung und Erfüllung.....	35
Kundenzufriedenheit und Preistoleranz .....	36
Arbeitsblatt: Erwartung, Erfüllung und Preistoleranz .....	37
Ergebnis: Was wird aus Ihren Kunden?.....	38
Was bringt Kundenorientierung Ihrem Unternehmen?.....	39
Test: Kundenorientierung .....	39
<b>Kompetenzen eines Top-Servicemitarbeiters .....</b>	<b>40</b>
Der Top-Servicemitarbeiter .....	41
<b>Servicemanagement als Chance begreifen .....</b>	<b>46</b>
<b>Innerbetriebliche Kommunikation und Beziehungsmanagement .....</b>	<b>47</b>
Erschwerte Kommunikation in der heutigen Berufswelt und im Privatleben.....	47
<b>Die Grundlagen der Kommunikation.....</b>	<b>50</b>
Wahrnehmungstest .....	52
Ebenen der Kommunikation .....	53
Jede Kommunikation erfolgt auf zwei Ebenen.....	54
<b>Sprache und Wirkung.....</b>	<b>55</b>

Die vier Seiten einer Nachricht .....	55
Die vier Arten der Wahrnehmung .....	58
Effektives Sprechen .....	60
Aktiv Hinhören .....	62
Kontrolle und Feedback .....	62
Negative Formulierungen positiv ausdrücken .....	63
<b>Partnerschaftliches Verhalten im Unternehmen .....</b>	<b>64</b>
<b>Die Grundeinstellung zur eigenen Person und anderen .....</b>	<b>65</b>
<b>Menschen und ihre Rollen .....</b>	<b>69</b>
Rollenspiele am Arbeitsplatz .....	69
<b>Partnerschaftliche Gesprächsführung .....</b>	<b>71</b>
Grundregeln für eine partnerschaftliche Gesprächsführung sind: .....	71
Das Gleichgewicht in der Gesprächsführung .....	71
Kommunikationsmittel Körpersprache – Erscheinung – Auftreten .....	72
Checkliste: Körpersprache .....	73
Selbstmordwörter vermeiden! .....	74
Reizwörter vermeiden! .....	74
Killerphrasen .....	75
Checkliste: Kommunikation .....	76
<b>Miteinander statt gegeneinander .....</b>	<b>77</b>
<b>Vertrauen als Basis jeder Zusammenarbeit .....</b>	<b>78</b>
Verbesserung der Vertrauensebene .....	78
<b>Positiv denken! .....</b>	<b>79</b>
Positives Denken <b>und</b> Handeln .....	79
<b>Der Mitarbeiter als innerbetrieblicher Kunde .....</b>	<b>80</b>
Was Empfänger einer betriebsinternen Leistung am meisten ärgert: .....	81
<b>Verbesserungen der inner- und ausserbetrieblichen Beziehungen .....</b>	<b>82</b>
Erhöhung des gegenseitigen Sympathiewertes .....	82
Was tun Sie für Ihre „Kunden“/Kollegen? .....	83
Checkliste: Umgang mit Kunden und Kollegen .....	83
<b>Klimatische Störungen bei Gesprächen .....</b>	<b>85</b>
Konstruktive Kritik/Gegenseitige Anerkennung .....	87
Die fünf Todsünden im Umgang mit Kollegen .....	88
<b>Konfliktbewältigung .....</b>	<b>89</b>
Ursachen und Auslöser .....	89
Vorgehens- und Verhaltensweisen zur Konfliktbehandlung .....	90
Umwandlung eines Einwandes in Zustimmung .....	90
Checkliste: Vorgehens- und Verhaltensweisen zur Konfliktbehandlung .....	91
Vermeidung und Abbau von Konfliktsituationen .....	92
Wenn der Kollege zweimal nervt ... ..	93
<b>Eigene Stressbewältigung .....</b>	<b>94</b>
Der Aktivitätenplaner .....	94
<b>Die „Zwei-Gewinner-Strategie“ .....</b>	<b>95</b>
Von der Gewinner-Verlierer-Strategie zur partnerschaftlichen Verhandlungsführung .....	97
Praxis-Tipps .....	99
<b>Mein Vertrag .....</b>	<b>100</b>

Tages-Clearing ..... 101

Leserprobe

## EINLEITUNG

### Was ist Erfolg?

**Erfolg ist, gesteckte Ziele zu erreichen.**

**Wer ohne Ziele lebt, kann nicht erfolgreich sein, denn er weiß nicht, ob er einen Erfolg für sich verbuchen kann.**

#### Was zeichnet erfolgreiche Menschen aus?

- Sie haben Mut etwas Neues auszuprobieren.
- Sie setzen sich Ziele.
- Sie lieben ihre Aufgaben und erfüllen diese mit Leidenschaft.
- Sie lieben sich selbst und andere Menschen.
- Sie sehen Probleme als Chancen.
- Sie halten sich nicht lange an Misserfolgen fest.
- Sie nutzen Misserfolge für die persönliche Weiterentwicklung.
- Sie tragen Verantwortung für ihr Handeln.
- Sie glauben an sich und an ihren Erfolg.
- Sie können ihren Erfolg genießen.
- Sie sind flexibel.
- Sie haben Visionen.
- Sie gestalten ihr Leben aktiv.

#### Wer bestimmt, was Erfolg ist?

Jeder bestimmt für sich, was Erfolg ist und wann er erfolgreich ist. Für den einen ist Erfolg, eine Hochsee-Yacht zu besitzen und einen exklusiven Wagen zu fahren. Der andere versteht unter Erfolg, eine Familie mit vielen Kindern zu haben. Sie verstehen unter Erfolg vielleicht, einen tollen Job zu haben, der Sie ausfüllt, eine Familie, mit der Sie glücklich und zufrieden sind.



Merkmale erfolgreicher Menschen

Jeder Mensch definiert Erfolg individuell. Oft haben Menschen sich mit der eigenen Definition über Erfolg noch gar nicht beschäftigt, da sie überlieferte Informationen als ihre eigenen Vorstellungen ansehen.

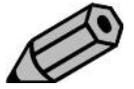
**Es ist bequem, sich nicht mit den eigenen Wünschen auseinandersetzen zu müssen, doch ein glückliches Leben kann so nicht erwartet werden.**



Überprüfen Sie, ob Ihre Vorstellungen über Erfolg wirklich Ihre eigenen Vorstellungen sind:

- Was ist Erfolg für Sie?
- Haben Sie in Ihrer Phantasie ein glückliches Leben?
- Was muss Ihr Leben alles beinhalten, damit Sie Ihr Leben als erfolgreich bezeichnen können?
- Wie sieht Ihr Leben aus, privat und beruflich?
- Was unternehmen Sie mit Ihren Freunden?
- Wo und mit wem wohnen Sie?
- Was machen Sie beruflich?
- Sind Sie Chef oder Angestellter?
- In welchen Lebensbereichen sind Sie noch nicht erfolgreich?
- Schreiben Sie für jeden Lebensbereich auf, was Ihnen noch fehlt, um erfolgreich zu sein.
- Was ist für Sie der wichtigste Wunsch?
- Starten Sie gleich heute mit der Verwirklichung!

Arbeitsblatt: Wie definieren Sie für sich den Begriff „Erfolg“?



LESERHOPE

## ZIELSETZUNG/ZIELERREICHUNG

*„Überall lauern Wegweiser.  
Das Ziel musst du selber kennen.“*

**Werner Horand**

Werden Ziele erreicht, sind Menschen automatisch erfolgreich. Ob dies in der täglichen Praxis auch gelingt, hängt von der richtigen Vorgehensweise ab, die schon mit der Zielmethodik beginnt.

**Definieren Sie Ihre Ziele!**

Ziele als Lebenskonzept

- Definieren Sie Ihre Ziele so klar wie möglich!
- Planen Sie entsprechende Maßnahmen, um Ihre Ziele zu erreichen!
- Setzen Sie diese Maßnahmen in die Tat um!
- Kontrollieren Sie regelmäßig, ob Sie Ihre gesteckten Ziele erreicht haben!

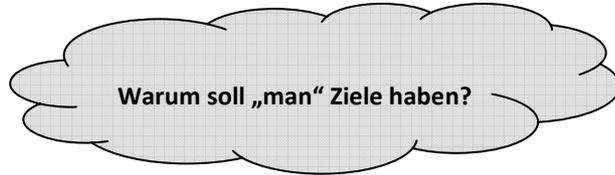
Denken Sie daran:

**Aufgaben von heute sind Erfolge von morgen!**



## Warum brauchen Sie überhaupt Ziele?

Wieso braucht „man“ eigentlich Ziele? Warum soll der Mensch Ziele haben? Was sind Ziele für die Führung eines Unternehmens? Warum sind Ziele im Allgemeinen sinnvoll?



- Ohne Ziele gibt es keinen Plan.
- Keine Messung von Zielen bewirkt Unzufriedenheit.
- Der Erfolg wird durch Ziele messbar.
- Klare Ziele schaffen Identifikation.
- Die Mitarbeiter werden durch Ziele motiviert.
- Jeder weiß, was von ihm erwartet wird.
- Ziele helfen, sich einzuschätzen und Ideen zu entwickeln.
- Ziele werden gebraucht, damit die richtigen und wesentlichen Dinge getan werden.
- Ziele ermöglichen Rahmenbedingungen, um Fortschritte festzulegen.
- Mit Zielen ist der eigene Standort zu bestimmen.
- Mit bekannten Zielen kann Arbeit besser gesteuert und geleistet werden.

Die Stoffsammlung macht deutlich, dass „Wirtschaften“ und „Leben“ im allgemeinen Sinne ohne Ziele eine Gratwanderung sind.