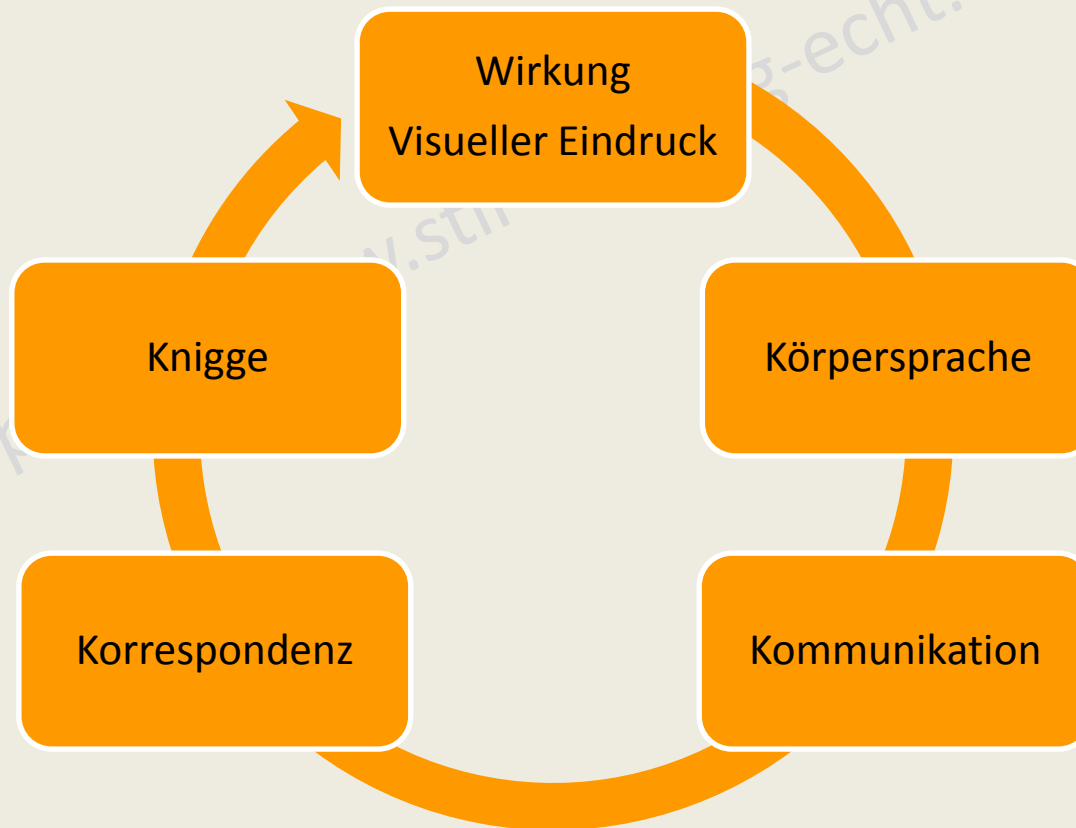


5 Bausteine für Ihr erfolgreiches Auftreten

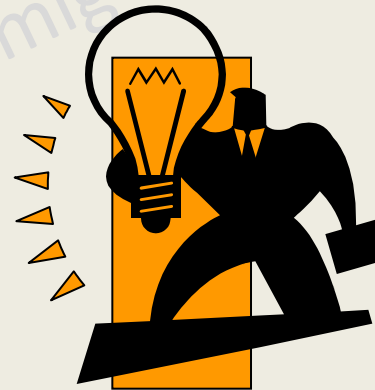
Business Excellence für die Kommunikation



Detaillierte Inhalte zu den 5 Bausteinen erfolgreichen Auftretens

Lehrmethodik:

- ➔ Impulsvorträge
- ➔ Selbsteinschätzungen, Tests
- ➔ Übungen
- ➔ Gruppenarbeiten
- ➔ Lehrgespräche, Partnerarbeiten
- ➔ Videofilme, Videoaufzeichnungen
- ➔ Logbucheinsatz für die Nachhaltigkeit





1. Wirkung und Outfit – Ausstrahlung, Auftreten, Überzeugungskraft

Dauer:
0.5 Tage

Zielgruppe:

alle Mitarbeiter - Inhalte können an alle Mitarbeiter-Zielgruppen angepasst werden

Mögliche Themen:

- Die Bedeutung des ersten Eindrucks
- Wie entsteht der erste Eindruck beim Kunden und wie ist das Zusammenspiel mit dem letzten Eindruck
- Wie entsteht unser Image bei den Kunden – was sind Imageprozesse
- Wie sieht ein wirksames Zusammenspiel von Inhalt, Sprechweise und Körpersprache – sowie Kleidung und Umgangsform aus
- Authentisch sein und wirken – Dress Code und Persönlichkeit
- Farben und Wirkungsprozesse
- Kompetenzfarben für Outfits und individuelle Note
- Umgang mit Accessoires



2. Körpersprache – denn wir können nicht nicht wirken.....

Dauer:
2 Tage

Zielgruppe:

alle Mitarbeiter – Inhalte können detailliert an alle Zielgruppen angepasst werden

Mögliche Themen:

- Das magische Körpersprache-Viereck
- Vokabeln der Körpersprache kennen und wirksam sprechen lernen
- Wie ist das Zusammenspiel von Sympathie und Kompetenz – was drückt welche Körperhaltung hierzu aus – was wirkt unecht und eher unsympathisch
- Welche Bedeutung hat unsere Körpersprache bei Verkaufsgesprächen und bei Verhandlungen
- Welche Wirkung hat die Körpersprache auf das Beziehungsmanagement bei Gesprächen
- Was bedeutet es eine authentische Körpersprache zu haben – welche Botschaften untermauere ich (unbewusst) mit welcher Haltung
- Wie ist das Zusammenspiel zwischen persönlicher Einstellung und Körpersprache



3. Kommunikation

3.1. Moderne Kommunikation bei eingehenden Telefonaten (Inbound)

Dauer:

0.5 Tage

Zielgruppe:

Mitarbeiter von Servicecentern

Mitarbeiter der Assistenz von Gewerbekunden-, Firmenkunden-,
Baufinanzierungsabteilungen

Servicemitarbeiter

Mögliche Themen:

- Das Telefon als akustische Visitenkarte eines Unternehmens/Sparkasse
- Was ist der Unterschied zwischen Kundenzufriedenheit und Kundenbegeisterung
- Was macht eine professionelle Begrüßung der Gesprächspartner am Telefon aus
- Wie werden Rückrufe zielgerichtet und wirksam weitergeleitet
- Welche Formulierungen sind nicht mehr zeitgemäß – „Fengshui“ der Formulierungen
- Wie können stressige und schwierige Gesprächssituationen professionell am Telefon bewältigt werden
- Wie werden Anrufe stilhaft weitergeleitet
- Telefon-Knigge - die Qualitätsstandards der Sparkasse „hörbar“ sichern

Hinweis:

Die Inhalte des Trainings können durch ein Training am Arbeitsplatz wirksam nachgehalten werden und individuelle Aufgabenstellungen zusätzlich trainiert werden



3.2. Bei Anruf Termin – Kunden für Termine begeistern

Dauer:

0.5. Tage Training anschließende Livetelefonie von 2 – 3 Stunden

Zielgruppe:

Berater

Mitarbeiter von Servicecenter

Servicekräfte

Mögliche Themen:

- Erfolg folgt – die Einstellung macht's....
- Stimme macht Stimmung – Formulierungen die den Kunden ansprechen
- Der rote Faden – mit Struktur zum Ziel
- Einwände aufgreifen statt angreifen
- Termine sichern und Kontaktdaten optimieren
- Der erste Eindruck ist entscheidend der letzte Eindruck bleibt – professionelles beenden der Telefonate
- Weniger ist mehr – kurz und knackig Termine vereinbaren und den Kunden neugierig machen
- UWG- wichtige rechtliche Hinweise zur Outboundtelefonie



3.3. Small Talk.....der Zauber und Erfolgszauber des kurzen Gesprächs

Dauer:
0.5 Tage

Zielgruppe:
IK-FK-Gewerbekunden Berater
Assistentinnen
Messepersonal / Veranstaltungsmanagement

Mögliche Themen:

- Was genau ist Small Talk eigentlich
- Souverän plaudern – wie gelingt der „Kaltstart“ und wie führen Sie ein kurzes Gespräch
- Fettnäpfchen erfolgreich umgehen – mit welchen Themen erreichen Sie die Kunden und Gesprächspartner
- Zeitdauer eines Small-talk Gesprächs – wie lösen Sie sich von „Vielrednern“ wirksam
- Aufbau und Struktur des kurzen Gesprächs – wer fragt führt und vermittelt Wertschätzung
- Mit Geschick vernetzen – Kunden wirksam miteinander bekanntmachen
- Mall Talk gekonnt beenden
- Brisante Momente im Smalltalk souverän meistern



4.4. Messetraining

Dauer:
0.5 Tage

Mögliche Themen:

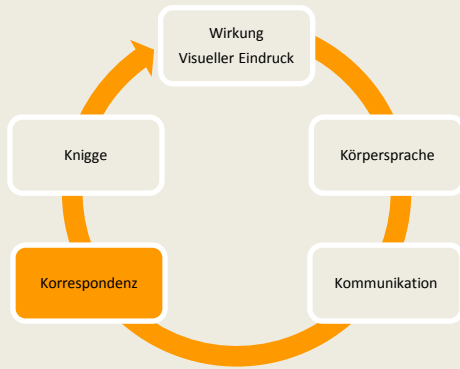
So gestalten Sie Ihren Messeauftritt professionell und effektiv:

- Messeziel und die passende Strategie – die „Brille“ des Messebesuchers aufsetzen
- Verkaufspsychologie für die Messe
- Die erfolgreiche Besucheransprache
- Schnelle Besucherqualifikation - Erstkontaktsicherung
- Bedarfsanalyse und Produktpräsentation
- Der Aufbau und Abschluss eines Gespräches
- Teambildung und erfolgreiche Zusammenarbeit auf der Messe
- Messeknigge

Messecoaching (weiterer Trainingstag)

- Unmittelbares Feedback bei den Gesprächen während der Messe
- Messenachbearbeitung





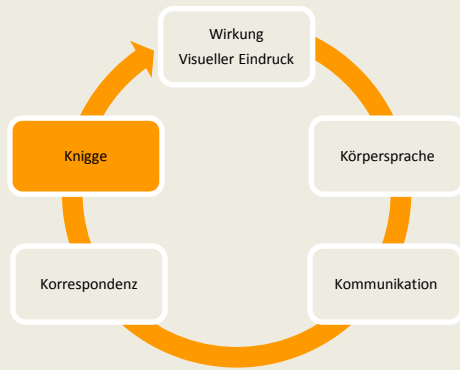
5. Korrespondenz – Moderne Kommunikation, oder Briefe die ankommen

Dauer:
0.5 Tage

Zielgruppe:
Assistentinnen
Berater und Servicekräfte

Mögliche Inhalte:

- 3 Sekunden Zeit – das kurze Scanning der Kunden und die Konsequenzen
- Briefe die ankommen – die Verpackung macht's....
- DIN 5008 – die neuen DIN-Empfehlungen mit zeitgemäßer Korrespondenz vereinbaren
- Wirksames Zusammenspiel der DIN 5008 und interner Qualität Standards
- Pfiffige Geburtstagsbriefe und wertschätzende Weihnachtspost
- AAAA – anders (angenehm) als alle anderen – Briefe mit Stil
- Zeitgemäße Formulierungen und Struktur der Briefe
- E-Mail Knigge



6. Knigge - mit Stil zum Ziel

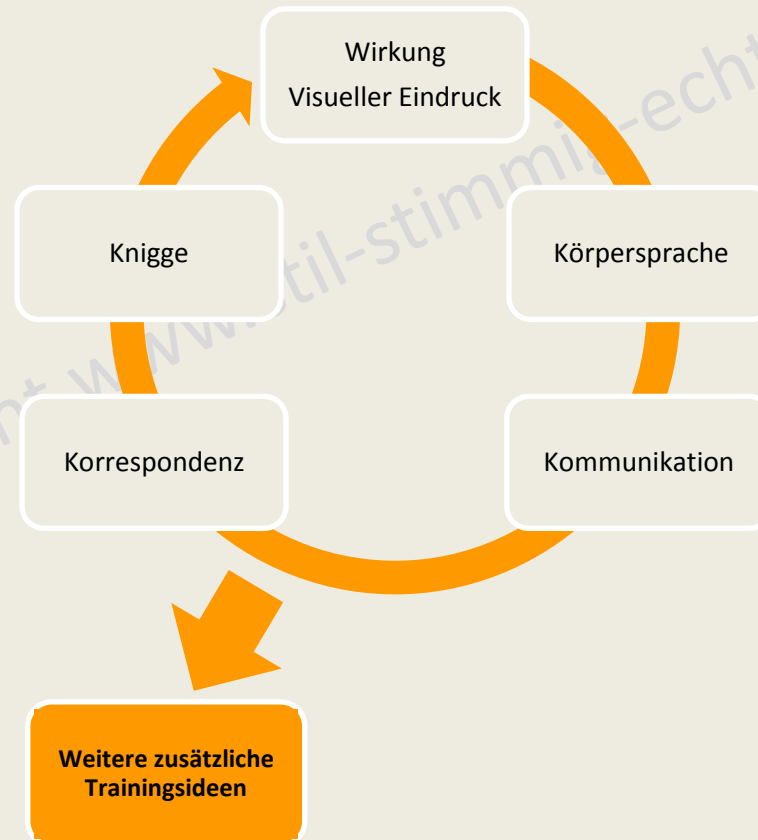
Dauer:
0.5 Tage

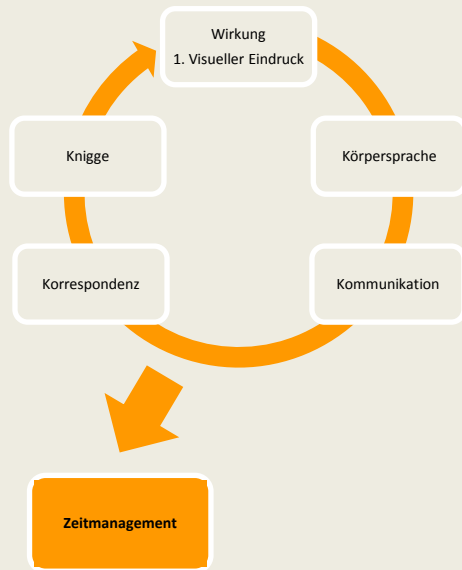
Zielgruppe:
alle Mitarbeiter

Themen:

- Werte ohne Verfall – die Bedeutung des Knigge für den zeitgemäßen Umgang mit Kunden
- Knigge 2011 – Übersicht was ist neu was ist veraltet – Umgang mit unterschiedlichen Altersgruppen
- Perfekt Begrüßung – Unterschied zwischen Gruß und Begrüßung
- Selbstbewusste eigene Vorstellung
- Händedruck macht Eindruck – Umgang mit Distanz und Hierarchie
- Bekanntmachen von Gästen/Kunden – die Rolle des Gastgebers professionell ausführen
- Perfekter Umgang am fein gedeckten Tisch
- Knigge-test

Weitere, zusätzliche Trainingsideen





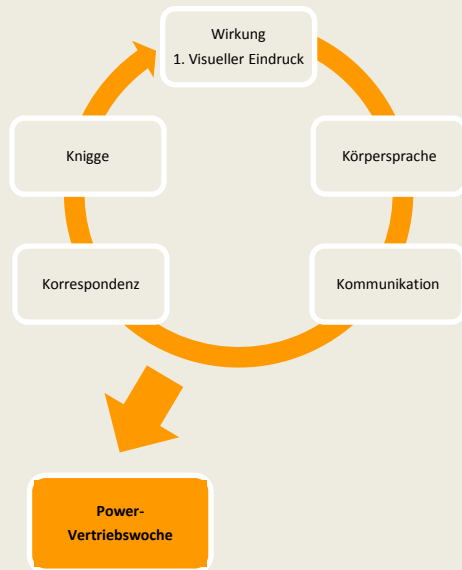
1. Zeitmanagement oder „Organisieren Sie noch oder arbeiten Sie schon?“ Erfolgreiches Selbstmanagement und Selbstorganisation...

Dauer:
1 Tag

Zielgruppe:
alle Mitarbeiter

Themen:

- Zeitmanagement oder Selbstmanagement – über was reden wir überhaupt?
- Zeitdiebe entdecken und wirksam umgehen
- Energiequellen entdecken und zielbewusst nützen
- Jeden Tag „drei goldene Nüsse“ knacken
- Zeitinseln schaffen – Zeiten effektiv blocken
- Zeitmanagement für Chaoten – der richtige Weg für die Kreativen...
- NEIN sagen – ein Adlerflug über das JA
- Systematische Kalendereinträge – Zusammenspiel Service + Vertrieb



2. Power-Vertriebswoche

Dauer:
3 – 5 Tage

Zielgruppe:
Ggfs. Alle Mitarbeiter einer Geschäftsstelle

Ca. 4 Wochen vor Start Teilnahme an einer Teambesprechung
Abstimmung der Maßnahme mit dem GS-Leiter
Evtl. eine Woche vor dem Start der Vertriebswoche – Durchführung einer Telefonaktion-Telefonparty
Eine Woche vor dem Start der Vertriebswoche – gemeinsame Auftaktveranstaltung
Evtl. Durchführung oder Planung einer After-Sales-Kampagne

Mögliche Themen/Ablauf:

- Abgleich des aktuellen Zielerreichungsstandes der Geschäftsstelle und Definition der daraus wichtigsten Handlungsfelder
- Erstellung einer Geschäftsstellenspezifischen Strategie (Zusammenspiel zentraler Marketing- und Vertriebsmaßnahmen der Sparkasse, Finanzkonzept und der Geschäftsstellensituation)
- Gemeinsame Auftaktveranstaltung mit Info des Teams über Ablauf, Ziele usw.
- Evtl. vorab Durchführung einer gemeinsamen telefonischen Terminierungskampagne (um gleich Termine für die Trainingswoche zu sichern)

Ablauf der Vertriebswoche:

- Montagmorgen – Einstimmungsrunde
- Montag bis Dienstagnachmittag – Erfolgreiche Ansprache der Kunden am Service und SB-Bereich-Livetraining
- Dienstagnachmittag – Telefontraining der Servicekräfte und Livetelefonie
- Mittwoch bis Donnerstag – Beratercoaching – Coaching der am Montag und Dienstag vereinbarten Kundentermine und Spontanüberleitungen
- Freitagvormittag – Führungskräftecoaching – Austausch über bisherige Erkenntnisse und Handlungsfelder für die Zukunft zur Sicherung der Nachhaltigkeit der Trainingsmaßnahme (incl. After-sales)
- Freitagnachmittag – evtl. weitere Coachings bei Servicemitarbeitern und Beratern
- Gemeinsame Abschlussfeier und vereinbaren weiterer Schritte (Logbucheinsatz)