



JENS MOELLER CONSULTING

SEMINARE und COACHING



INHALTSVERZEICHNIS

TRAINING & COACHING

I.	Wenn Sie es eilig haben	3
II.	Wofür steht Jens Moeller Consulting?	4
III.	Wer ist Jens Möller?	7
IV.	Unser Training & Coaching	9
1	OFFENE SEMINARE, E-LEARNING UND VERANSTALTUNGEN IN ENGLISCH	9
2	VERTRIEB	9
2.1	Persönliches Verkaufen (inkl. Kundenrückgewinnung)	9
2.2	Präsentationstechniken im Vertrieb	10
2.3	Verhandlungstaktik und Rabattgespräche	10
2.4	Telesales / Telefonverkauf / Telefonmarketing Outbound	11
2.5	Telefonmarketing Inbound / Cross- und Upselling	11
2.6	Telefonische Kundenrückgewinnung	12
2.7	Vertriebsunterstützung (Terminvereinbarung, After-Sales-Betreuung)	13
3	SERVICE	13
3.1	Kundentelefonie Inbound	13
3.2	Kundenorientiertes Mahnwesen	14
3.3	Reklamationsbearbeitung	15
4	MANAGEMENT & FÜHRUNG	16
4.1	Integrierte Unternehmensnachfolge	16
4.2	Erfolgreiche Unternehmensübernahme	16
4.3	Change-Management	17
4.4	Projektmanagement	17
4.5	Führung	18
4.6	Führung von virtuellen Teams	19
4.7	Konfliktmanagement	20
4.8	Mitarbeitermotivation	20
4.9	PROZESSTRAINING	21
4.10	Teamleiter- / Supervisor-Qualifizierung	22
4.11	Teamtraining	22
4.12	Selbstmanagement / Zeitmanagement	23
4.13	Executive Coaching / Management Coaching	24
4.14	Gewinnend in englischer Sprache auftreten	24
V.	UNSERE VORTEILE – IHR NUTZEN	26
VI.	WIE GEHT ES WEITER? DIE NÄCHSTEN SCHRITTE	27

I. Wenn Sie es eilig haben

Suchen Sie einfach auf der letzten Seite die Themen aus, die Sie am meisten interessieren und setzen Sie sich mit uns in Verbindung. Wir besprechen gemeinsam Ihre Anforderungen.

Auf Ihren Wunsch erhalten Sie und noch am gleichen Tag ein Angebot für ein Training, Coaching oder Workshop-Paket. So können Sie uns erreichen:

SO KÖNNEN SIE UNS ERREICHEN:

-  +44 (0)7811 353 996
-  +44 (0)20 799 32 415
-  info@jmoellerconsulting.com
-  www.jmoellerconsulting.com



FOLGEN SIE UNS:



JMC Jens Moeller Consulting GmbH

Johann-Baur-Straße 30

82362 Weilheim i. O.

Amtsgericht München HRB 223491 | Umsatzsteuer-ID: DE304848246

II. Wofür steht Jens Moeller Consulting?

Jens Moeller Consulting (JMC) unterstützt seit mehr als 20 Jahren Unternehmen, Organisationen und Führungskräfte darin, ihre Performance im Hinblick auf ihre Ziele zu steigern. Auf der persönlichen Ebene fördert JMC die Kreativität und Struktur seiner Klienten und Coachees, sich Ziele zu setzen, Wege zur Zielerreichung zu finden und kritische Herausforderungen zu bewältigen.

Auf organisatorischer Ebene unterstützt JMC Unternehmen darin, ihre Performance hinsichtlich ihrer Ziele, Kennziffern und Strategien zu optimieren.

Wir arbeiten täglich mit einem Netzwerk von über 40 Trainern, Coaches und Beratern zusammen - in vielen Fällen seit mehr als 15 Jahren - um unsere Klienten in allen Fragen der organisatorischen und individuellen Performance unterstützen zu können.

Unsere Klienten schätzen dabei besonders die Kombination aus strategischem und operativem Know-how und Willen zum „Anpacken“, die zu schneller und zielgerichteter Umsetzung führt.

Um die eigenen Ziele klar herauszukristallisieren, muss bewertet werden, ob die Leiter, auf der ich nach oben klettere, an der richtigen Wand steht. Fragen der Effektivität und Priorisierung stehen zunächst im Vordergrund.

Wenn diese Hürde genommen ist, gilt es, einen Weg zu schnellen und guten Ergebnissen zu finden. Weg vom Perfektionismus, weg von der „Analysis Paralysis“, dem Zögern und Zaudern bei der Suche nach dem perfekten Aktionsplan. Hier stehen Fragen der Effizienz im Vordergrund: mit dem gegebenen Zeitrahmen, Budget, Informationen und Kapazitäten die Ziele auch zu erreichen.

Bei zunehmendem Informations-Overload wird es für Organisationen und für ihre Fach- und Führungskräfte immer schwieriger, die wichtigsten Ziele herauszukristallisieren und den besten Weg zu ihrer Erreichung zu finden. Megatrends wie die zunehmende Globalisierung, Digitalisierung und Dezentralisierung des Wissens durch den Aufstieg der sozialen Medien – um nur einige zu nennen – machen es dem Menschen zunehmend schwerer, Entscheidungen zu treffen, wie er vorgehen will. Mit DRUCKER gesprochen, können Organisationen heute weniger denn je Vorgaben machen, WIE etwas zu tun ist, geschweige denn, WAS genau erreicht werden sollte, um erfolgreich zu sein. Diese Entscheidungen muss der Einzelne heute schnell und wirksam treffen und dann zielgerichtet umsetzen. Hierbei rücken Denkstrukturen, Methodiken und innere Blockaden mehr denn je in den Blickpunkt.

Heute werden die Fähigkeit zur schnellen Aufnahme und Weitergabe Informationen sowie die persönliche Weiterentwicklung immer wichtiger. Auf diese Weise können Flexibilität und Anpassungsfähigkeit gewährleistet werden. Effektives und richtiges Lernen gewinnt vor diesem Hintergrund immer mehr an Bedeutung, denn Informationen veralten oft schneller als sie entstehen.

Die interne Kommunikation im Unternehmen und die externe Kommunikation mit Kunden, Lieferanten und Geschäftspartnern ist erfolgsentscheidender denn je. Bei der Durchführung unserer Projekte sind uns folgende Faktoren wichtig:

Verantwortung tragen

Wir sind uns unserer hohen Verantwortung bewusst, die wir in der Zusammenarbeit mit Ihren Mitarbeitern tragen. Jeder Mensch besitzt eine bestimmte Einstellung und Voraussetzung zum Lernen, nimmt Wissen unterschiedlich auf und benötigt eine bestimmte Art und Weise der Motivation und Nachbetreuung. Dies berücksichtigen wir in jeder Projektphase von der Analyse bis zur Durchführung.

Beziehung schaffen

Entscheidend in der Kommunikation sind die Einstellung und der persönliche Beziehungsaufbau zum Kommunikationspartner. Jeder Teilnehmer erhält das Gefühl, als Persönlichkeit akzeptiert und gefördert zu werden. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, arbeiten wir ausschließlich mit Mitarbeitern, die entsprechende methodische und soziale Qualifikationen, sowie ausreichende Berufs- und Branchenerfahrung besitzen. Nur die Kombination beider Komponenten führt zu einem effektiven und nachhaltigen Trainingserfolg.

Gleiche „Wellenlänge“

Wir arbeiten für Menschen und mit Menschen. Aus diesem Grund erhalten Sie und Ihre Mitarbeiter im Vorfeld ausreichend Gelegenheit, um unsere Trainer vorab kennen zu lernen. Nur wenn auch die Beziehungsebene stimmt, können Höchstleistungen erbracht werden. Dazu tragen Wertvorstellungen, Arbeitsweise und die Persönlichkeit aller Projektbeteiligten bei. Erst wenn beide Seiten überzeugt sind, dass eine fruchtbare Zusammenarbeit möglich ist, stellen wir uns der gemeinsamen Aufgabe.

Weiterentwicklung statt „Dauertraining“

Unser Ziel ist es, Menschen stark zu machen, damit sie eigenständig, motiviert und mit Freude an einem gemeinsamen Ziel arbeiten. Dies tun wir nicht mit guten Ratschlägen und vorgefertigten Standards, sondern als erfahrene und verantwortungsbewusste Trainer, Moderatoren und Konfliktmanager, die situationsabhängig und individuell agieren. Wir tun dies aus der Überzeugung heraus, dass optimale Kommunikation in alle Richtungen die Grundvoraussetzung jeglichen Erfolgs darstellt.

Nach Abschluss eines Projekts zeigen wir Ihnen die Faktoren auf, welche den Erfolg und die Nachhaltigkeit der durchgeführten Maßnahme sichern und weiterführen. Arbeit und Lernen dürfen heute nicht mehr getrennt betrachtet werden, sondern gehören fest zusammen. Mit dieser Voraussetzung gehören Training und Weiterentwicklung zum Alltag und werden nicht mehr als notwendiges Übel oder Kontrollinstrument angesehen.

Sie sind die Experten, die Ihr eigenes Unternehmen am besten kennen und verändern können. Dazu tragen wir mit unserem Wissen und unseren Erfahrungen bei und unterstützen Sie in diesem Prozess. Auch nach Projektende sind die Jens Moeller Consulting Mitarbeiter für Sie und Ihr Team da und stellen Ihnen unser umfassendes Wissens-Netzwerk zur Verfügung.

THE FOUNDER



III. Wer ist Jens Möller?

Unternehmensgründer Jens Möller ist Experte für die Steigerung von organisatorischer und individueller Performance. Seine Begeisterung für die vielfältigen Möglichkeiten für Unternehmen, Organisationen und jeden einzelnen Menschen, die eigenen Ziele klarer herauszuarbeiten und effektive Wege zu ihrer Umsetzung zu finden, hat ihn in diesen Beruf geführt.

In mehr als 20 Jahren hat er als Management Coach, Consultant, Autor und Redner mit mehr als 50 Unternehmen und Organisationen zusammengearbeitet und Hunderte von Fach- und Führungskräften gecoacht und trainiert. Zu Beginn seiner Laufbahn war er sechs Jahre lang bei einem der größten Business Process Outsourcing (BPO) Unternehmen Europas tätig.

Als Diplom-Kaufmann (Goethe-Universität Frankfurt/Main) ist Jens Möller zertifizierter Management Consultant (Certified Management Consultant, CMC) nach den Regeln des Bundesverbandes Deutscher Unternehmensberater BDU e. V. (BDU), des britischen Institute of Consulting sowie des weltweiten Verbandes der Managementberater, dem International Council of Management Consulting Institutes (ICMCI).

Sein breites Branchenwissen umfasst Bereiche wie TMT (Telekommunikation, Medien & Technologie, Finanzdienstleistungen (Banken, Versicherungen, Venture Capital, Private Industrie/Produktion, Nahrungsmittel & Catering, Öl- und Gasproduktion, Bauwirtschaft & Immobilien, Pharmakologie, Reise & Transport, FMCG Versandhandel & E-Commerce,

Energie, Elektronik, Automobil, Touristik/Reisen und Öffentlicher Sektor/Kommunale Betriebe.

His extensive project experience includes numerous major companies and companies such as ACE Insurance, Alliance, Algeco Scotsman, 1 & 1, BP / ARAL, Bosch, Canon, Daimler, Deutsche Telekom, E-Plus, General Motors (Vauxhall, Opel), General Motors Financial, Homeserve, Deutsche Post / DHL, KUKA AG, Landesbank Baden-Württemberg, Lufthansa (Airplus, Albatros Insurance, Cargo), NH Hoteles, O2, Opel Bank, Postbank, Sky, Liberty Media, Kabel Deutschland (Vodafone), the City of Aachen, Siemens Business Services and Toshiba.

Seine umfangreiche Projekterfahrung umfasst zum einen zahlreiche Großunternehmen und -organisationen wie etwa ACE Insurance, Allianz, Algeco Scotsman, 1&1, BP/ARAL, Bosch, Canon, Daimler, Deutsche Telekom, E-Plus, General Motors (Vauxhall, Opel), General Motors Financial, Homeserve, Deutsche Post/DHL, KUKA AG, Landesbank Baden-Württemberg, Lufthansa (Airplus, Albatros Versicherungen, Cargo), NH Hoteles, O2, Opel Bank, Postbank, Sky, Liberty Media, Kabel Deutschland (Vodafone), Stadt Aachen, Siemens Business Services und Toshiba.

Zum anderen arbeitet Jens Möller mit viele mittelständischen Unternehmen zusammen - wie etwa Wackler SE (Gebäudereinigung, Facility Management, Zeitarbeit, Sicherheitsdienste), Hofmann Menü-Manufaktur, Hanseatisches Wein- und Sektkontor (HAWESKO) AG, Van Hees Gewürzmühlen, Henninger/Radeberger Gruppe (Catering, Nahrungsmittel), Energieversorgung Aachen, Mainova AG, Enercity Hannover/Danpower Eesti (Energieversorgung), VR Service Direkt eG, Albatros Versicherungen, Nassauische Sparkasse, PRICOA Capital Group und GENO Service Center (Finanzdienstleistungen), Hurgiganten (Reise & Touristik), YES Pharmaceutical Services, Mobilefun (FMCG Elektronik & Zubehör), Management Circle und Frost & Sullivan (Research & Business Events), Noetica und Datapulse (Enterprise Software), Management Circle und Frost & Sullivan (Events & Research), The Carphone Warehouse (Telekommunikation), ASEAG (Transport und Logistik), Atkon (Bewegt看bild-Kommunikation) und sogenannten „No names“ in ihrer Start-Up Phase.

Jens Möllers Buch zum Outsourcing des Kundendialogs, „Call Center Extern“ (2000), wurde in großen Auszügen im Outsourcing-Kapitel des „Call Center Leitfaden“, herausgegeben vom Bundeswirtschaftsministerium, zitiert. Darüber hinaus ist er Autor von Fachartikel und eBooks und wurde in den Fachbeirat von Konferenzen berufen. In seinen Vorträgen, Workshops und Seminaren gibt er seit vielen Jahren wertvolle Einblicke in die Herausforderungen und Möglichkeiten, individuelle und organisatorische Performance zu steigern und Ziele zu erreichen.

Jens Möller ist Mitglied des Institute of Consulting, der Federation of Small Businesses (FSB) sowie der Call Centre Managers Association (CCMA). Er ist europaweit tätig, mit Schwerpunkten in Deutschland und England sowie Büros in Frankfurt und London.

IV. Unser Training & Coaching

1. OFFENE SEMINARE, E-LEARNING UND VERANSTALTUNGEN IN ENGLISCH

- Alle aufgelisteten Themen werden sowohl als Gruppentraining mit anschließende Gruppencoaching als auch als Einzelcoaching angeboten.
- Alle folgenden Themen stehen auch als E-Learning Programme zur Verfügung.
- JMC verfügt über weitreichende Erfahrung im sogenannten „White Labeling“: Wir bieten alle Seminare gerne auch unter dem Dach Ihrer Trainingsabteilung, Trainingsstabs oder Akademie an.
- Gründer Jens Möller hat ein halbes Jahr im Silicon Valley verbracht und war anschließend zehn Jahre in London wohnhaft. Deshalb verfügt JMC über eine Vielzahl an englischsprachigen Partnern, und Jens Möller selbst als englischsprachigen Trainer und Coach.
- Bitte sprechen Sie uns zu diesen Punkten unter info@jmoellerconsulting.com an und erhalten Sie innerhalb von einem Werktag ein maßgeschneidertes Angebot.

2. VERTRIEB

2.1 Persönliches Verkaufen (inkl. Kundenrückgewinnung)

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Kunden reklamieren aus ihrer Sicht schwache Leistungen des Unternehmens
- Der Wettbewerb und damit die Kundenerwartungen verändert sich laufend
- Die interne Organisation des Unternehmens und die damit verbundenen organisatorischen und technischen Aktivitäten verändern sich ebenfalls laufend, z.B. die Einführung elektronischer Datenerfassung vor Ort seitens des Vertriebsmitarbeiters

TEILNEHMER LERNEN

- Sicheres und kundenfreundliches Auftreten und Kommunikation
- Kaufsignale des Kunden zu erkennen und zu deuten
- Schnell entsprechende Lösungs- und Verkaufsvorschläge zu unterbreiten
- Die FAB Formel im Vertrieb anzuwenden: Features (Produktmerkmale), Advantages (Vorteile dieser Merkmale), Benefits (Nutzen für den Kunden)

2.2 Präsentationstechniken im Vertrieb

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Abnutzung der Aufmerksamkeit der Kunden: u.a. “Tod durch PowerPoint”
- Schnell und gezielt das Wesentliche auf den Punkt bringen
- Kunde möchte wissen, was auf ihn zukommen, kann nur die Kosten messen, aber nicht die Leistung greifbar machen

TEILNEHMER LERNEN

- Leistung bereits in der Präsentation erlebbar machen
- Emotionales Präsentieren statt Langeweile: Spannungsbogen aufbauen und aufrechterhalten
- Informationsflut zu vermeiden, klar zu kommunizieren, gezielt zusammenzufassen
- Weitere Schritte anzusprechen und einzuleiten (Call-to-Action)

2.3 Verhandlungstaktik und Rabattgespräche

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Kunden versuchen laufend, den Preis zu drücken, oft unter Hinweis auf den kostengünstigeren Wettbewerb
- Dabei werden oft Äpfel mit Birnen verglichen: die Leistungen von Wettbewerbern sind meist nicht die gleichen wie die eigenen
- Alternativ versuchen Kunden oft, zum gleichen Preis mehr Leistung (Menge, Komplexität) zu bekommen

TEILNEHMER LERNEN

- Unter Verwendung der FAB Formel (siehe oben) die Unterschiede der eigenen und der Wettbewerbsleistung zu erklären
- Daraus folgende Preisunterschiede so klar zu machen, dass das eigene Preis-Leistungs-Verhältnis attraktiver ist als das des Wettbewerbs
- Unter Nutzung des Harvard-Verhandlungskonzeptes Hintergründe von Verhandlungspositionen zu erkennen und für ein optimales Verhandlungsergebnis zu nutzen.

2.4 Telesales / Telefonverkauf / Telefonmarketing Outbound

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Bei Outbound-Telefonmarketing-Kampagnen wird der Kunde angerufen und deshalb überrascht: der Anrufer muss sich und den Grund des Anrufs schnell, effektiv und als wertvoll vorstellen
- Da der Kunde den Mitarbeiter nicht sieht, entfallen alle Mittel der Körpersprache, wodurch sich die Bedeutung der Stimme und ihres gezielten Einsatzes erheblich erhöht
- Durch negative Medien-Berichterstattung muss oft eine starke Skepsis überwunden werden

TEILNEHMER LERNEN

- Die Angst vor der Kundenreaktion zu überwinden und den eigenen Anrufgrund als wertvoll anzuerkennen
- Schnell und überzeugend sich und den Grund des Anrufs vorzustellen sowie die Stimme und Argumentation gezielt einzusetzen
- Die FAB Formel (siehe oben) gezielt einzusetzen, um zum Abschluss zu kommen

2.5 Telefonmarketing Inbound / Cross- und Upselling

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Oft werden Mitarbeiter, die eingehende Anrufe bearbeiten (Inbound) mit zusätzlichen Cross- und Upselling-Aufgaben betraut, um Talzeiten der Auslastung zu nutzen und den Mehrwert pro Arbeitsplatz zu erhöhen
- Diese Mitarbeiter werden oft nur kurz angeleitet und fühlen sich überfordert („Ich soll jetzt verkaufen!“) oder lehnen dies grundlegend und still ab (Innerliche Kündigung und Dienst nach Vorschrift)
- Oft stimmt das Konzept auch nicht mit den tatsächlichen Auslastungsdaten überein, so dass der Mitarbeiter sich zwischen schneller Erledigung der eingehenden Anrufe und der Abwicklung der ausgehenden Anrufe überfordert fühlt

TEILNEHMER LERNEN

- Cross- und Upselling-Aufgaben als verbesserten Service zu erkennen und von klassischem Verkauf zu unterscheiden
- Eigene Barrieren kennen und damit umzugehen
- Die FAB Formel (siehe oben) und Fragetechniken so einzusetzen, dass Potentiale erkannt und genutzt werden können

2.6 Telefonische Kundenrückgewinnung

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Kunden, die kündigen möchten, sind schon „weg“, d.h. sie sind wie eine Neuakquisition zu behandeln
- Hinter der Kündigung steckt meist eine Reihe bisher unerkannter und nicht ausreichend erkannter und behandelter Reklamationen. Die Ursachen sind teilweise auch in anderen Abteilungen zu finden (beispielsweise im Mahnwesen)
- Den Mitarbeitern fehlen oft die entsprechenden Techniken des Verkaufs und der Reklamationsbearbeitung

TEILNEHMER LERNEN

- Mit der Harvard Verhandlungsmethode die Ursachen der Unzufriedenheit sowie die Motivationen und den Bedarf des Kunden gezielt zu aktualisieren
- Mit gezielter Fragetechnik und u.a. der FAB Formel den Nutzen der eigenen Produkte aus Kundensicht neu darzustellen
- Mögliche sich bietende Chancen des Cross- und Upselling zu nutzen

2.7 Vertriebsunterstützung (Terminvereinbarung, After-Sales-Betreuung)

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Mitarbeiter verwechseln Terminvereinbarung und After-Sales-Betreuung oft mit Verkäufen und entwickeln entsprechende Barrieren
- Es fehlt oft die Vogelperspektive: die Erkenntnis, dass die eigenen Ergebnisse in die Prozesse z.B. des Verkaufs eingehen. Mit der Folge klassischer Vertriebsfehler, z.B. „Termine um der Termine willen, gleich was beim Termin dann herauskommen kann“
- Die Steuerungsinstrumente der Schnittstellen insbesondere zwischen Vertrieb und Terminvereinbarung sowie After-Sales-Betreuung sind oft nicht ideal. Beispielsweise werden oft von der Terminvereinbarung eine bestimmte Anzahl von Terminen erwartet und dann deren Qualität als „Lead“ oder „Termin“ ohne ausreichende und verständliche Angabe von Gründen als nicht ausreichend eingestuft. Dies führt zu weiterer Frustration.

TEILNEHMER LERNEN

- Die Unterschiede zwischen Terminvereinbarung, After-Sales-Betreuung und Verkäufen zu erkennen sowie ihre entsprechenden Barrieren zu überwinden
- Die eigene Leistung im Zusammenhang mit dem Vertrieb und seinen Herausforderungen vor Ort zu erkennen und zu bewerten, um dann die Verantwortung zu übernehmen
- Schwächen der Steuerungsinstrumente der Schnittstellen insbesondere zwischen Vertrieb und Terminvereinbarung sowie After-Sales-Betreuung zu erkennen, anzusprechen und entsprechende Motivation daraus zu ziehen

3. SERVICE

3.1 Kundentelefonie Inbound

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Mitarbeiter, die eingehende Kundenanrufe beantworten, sind die „Visitenkarte des Unternehmens“. Oft fehlt dieses Bewusstsein aufgrund dauernder Frustrationen, etwa durch Kundenreklamationen, und führt zu Unzufriedenheit und negativem Stress, die oft mit Krankheit einhergehen.

- Es fehlt oft die Vogelperspektive, der eigene Platz im gesamten Zusammenhang des Unternehmens – und die Erkenntnis der damit verbundenen eigenen Wichtigkeit und Verantwortung.
- Gleichzeitig fehlt es oft auch an der Aktualisierung der Erkenntnisse in der Gesprächsführung mit dem Kunden. Die Wahrnehmung als Kommunikationsprofi leidet.

TEILNEHMER LERNEN

- Techniken der Gesprächsführung mit dem Kunden inkl. Fragetechniken
- Die eigene Position und Verantwortung im Gesamtunternehmen einzuordnen und daraus Motivation zu beziehen
- Positive und sachliche Distanz zwischen der eigenen Person und den eigenen Aufgaben zu schaffen, um Frustration zu vermeiden: „Wenn der Kunde sagt, wir machen etwas schlecht, dann sind wir deshalb nicht schlecht als Person.“

3.2 Kundenorientiertes Mahnwesen

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Hinter der „schwachen“ Zahlungsmoral von Kunden steckt oft entweder eine versteckte Reklamation oder ein aktuelles Zahlungsproblem des Kunden generell. Der Mitarbeiter hat die Herausforderung, eines vom anderen zu unterscheiden und entsprechend zu handeln.
- Zudem muss zwischen Zahlungsverzug und Nicht-/Teilzahlung unterschieden werden.
- Im ersten Fall gilt es zu erkennen worin die Ursachen der Verzögerung liegen und mit dem Kunden gemeinsam eine Lösung zu finden. Im zweiten Fall ist es das Ziel, in der Menge der Gläubiger vom Kunden bevorzugt zu werden, indem zuerst an uns gezahlt wird, zumindest zum Teil

TEILNEHMER LERNEN

- Unterschiede in den Ursachen schlechter Zahlungsmoral zu erkennen und entsprechend positiv zu reagieren
- Das Gespräch so zu führen, dass gleichzeitig eine Lösung gefunden wird und der Kunde dies auch wirklich akzeptiert, so dass er langfristig gehalten werden kann, sofern dies geplant ist.
- Hierbei die geeigneten Techniken anzuwenden (z.B. Harvard Verhandlungskonzept)

3.3 Reklamationsbearbeitung

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Reklamationen sind versteckte „Hilfeschreie“, hinter deren Lösung enormes Verkaufspotential liegt.
- Die Schwierigkeit liegt zum einen darin, von der emotionalen auf die Sachebene zu kommen und die Dinge nicht persönlich zu nehmen.
- Zum anderen liegt sie darin, einen verbindlichen Verbleib zu schaffen, aus dem auch Cross- und Upselling-Chancen erkannt und genutzt werden können.

TEILNEHMER LERNEN

- Die Ursachen von Reklamationen zu erkennen und schnell entsprechende Lösungsmöglichkeiten zu finden.
- Die Angst vor dem wütenden Kunden zu verlieren. Das Gespräch von der emotionalen auf die Sachebene zu führen, um einen Konsens zu schaffen.
- Cross- und Upselling-Chancen zu erkennen und zu nutzen.

4. MANAGEMENT & FÜHRUNG

Die folgenden Themen sind speziell auf die Anforderungen an Vertriebs, Marketing- und Servicemanager zugeschnitten

4.1 Integrierte Unternehmensnachfolge

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Dieses Seminar richtet sich an Unternehmer, die vor der Herausforderung stehen, den richtigen Unternehmensnachfolger auszuwählen und diesen 'auf den richtigen Weg' zu bringen.
- Wie kann man sicherstellen, dass der Betrieb mit dem gleichen Elan und Energie weitergeführt wird?
- Was muss ich tun, um sicherzustellen, dass mein Unternehmen auch in Zukunft existiert?

TEILNEHMER LERNEN

- Führungs-, Verkaufs- und Kommunikationstalente ihres/ihrer ausgewählten Unternehmensnachfolger/-nachfolgerin gezielt erkennen können
- Diese Talente fördern und fordern können
- Diese Talente verschiedener Unternehmensnachfolger abwägen können, um ihre Entscheidung zur Unternehmensnachfolge vorzubereiten

4.2 Erfolgreiche Unternehmensübernahme

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Als zukünftiger Unternehmensnachfolger stehen Sie vor etlichen Herausforderungen und Entscheidungsfragen im Hinblick auf Führung, Verkauf sowie Kommunikation.
- Vertrauen und Kontakte zu Mitarbeiter und Kunden müssen erst einmal aufgebaut werden, welches oftmals Überwindungskraft erfordert.
- Letztendlich sind auch die Ergebnisse wichtig, sowie die Konzentration auf die Stärken des Unternehmens.

TEILNEHMER LERNEN

- Effektive Entscheidungen treffen
- Auf Stärken aufbauen, Prioritäten setzen, und Konzentration auf die wenigen Hauptgebiete, in denen überlegene Leistung herausragende Ergebnisse bringt.

- Effektive Führungstechniken: Zielvereinbarungen, Delegieren, Mitarbeiter-gespräche führen, schnelle und wirksame Konfliktlösung, effektive Team-bildung, sowie natürlicher Autorität durch Führungsstil(e); Motivation und Leistung
- Kommunikation mit / Berichterstattung an den Vorgänger, den Aufsichtsrat und andere Gremien
- Verkaufsmanagement: die Vertriebs-Pipeline - vom Interessenten zum Kunden
- Effektive, zielorientierte Kommunikation – intern und extern.

4.3 Change Management

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Durch interne (wir, Unternehmen) und externe (Kunden, Wettbewerb, Recht, Technologie) Dynamik verändert sich unsere Organisation laufend – bewusst oder unbewusst. Dies können veränderte Prozesse, Aufgaben, Strukturen, Verantwortungen oder Technologien sein, um nur einige zu nennen.
- Viele Menschen haben Angst vor Veränderungen. In ihnen spiegeln sich die Angst vor Überforderung oder gar dem Verlust des Arbeitsplatzes wider. Die Hauptursachen liegen in der menschlichen Fokussierung auf negative Dinge (Risiken) anstelle auf positive (Chancen).
- Die Kernherausforderung des Managers ist es, Reaktionen auf Veränderungen vorweg zu nehmen und das Management (Planung, Umsetzung, Kontrolle) des Umgangs mit diesen Reaktionen aktiv zu betreiben.

TEILNEHMER LERNEN

- Chancen von zu kommunizieren, Mitarbeiter einzubinden und in die Verantwortung zu nehmen. So Motivation zu schaffen und Gemeinsamkeit.
- Risiken von Veränderungen zu diskutieren, Lösungswege aufzuzeigen und Chancen erkennbar zu machen. Damit Vorbehalte und Blockaden aufgelöst werden können.
- Ein Change-Management - Programm zu entwickeln, umzusetzen und zu kontrollieren (nach KOTTER).

4.4 Projektmanagement

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Im Management haben heute die meisten Aufgaben Projektcharakter. Sie sind gebunden an bestimmte Projekt, Kampagnen, befristete Aufgaben.
- Eine Vielzahl von Projekten ruft oft leichte Verwirrung hervor: Aufgaben und Teilaufgaben geraten durcheinander, Ressourcen werden z.T. fehlgeplant oder fallen aus und sind zu ersetzen. Die Linie geht in Anbetracht der Vielzahl der Aufgaben verloren.
- Hier ist es entscheidend, Prioritäten zu setzen, Aufgaben gezielt mit Personen zu “besetzen” und die Gesamtplanung im Griff zu behalten.

TEILNEHMER LERNEN

- Wie man Projekte aufsetzt, plant, steuert und kontrolliert
- Wie Aufgaben zielgerichtet delegiert und kontrolliert werden können
- Wie man dies mit Hilfe der Software MS Project optimieren kann

4.5 Führung

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Führung findet nicht in einem Vakuum statt, sondern beginnt zunächst bei den persönlichen Herausforderungen, vor denen die Führungskraft steht
- Aus diesem Grund verschmelzen hier die Themen Selbstmanagement und Teamentwicklung zu einem gesamtheitlichen Führungskonzept
- Aus Sicht der Führungskraft gilt es, zunächst die eigenen Herausforderungen zu erkennen, Lücken zu schließen und Blockaden wirksam und nachhaltig auszuräumen, so dass eine Vorbildfunktion eingenommen und die Mitarbeiter auf die Reise mitgenommen werden können

TEILNEHMER LERNEN

- Ihre eigenen persönlichen Stärken und Schwächen auf eine konstruktive Weise kennen, sodass sie daraus ihren eigenen Führungsstil entwickeln können
- Ziele der Organisationen so herunter zu „kaskadieren“, dass sie für sich selbst griffig und geeignet sind, die Mitarbeiter auf die Reise mitzunehmen

- Effektive Techniken, wie die die eigenen Ziele im Führungsalltag gemeinsam mit ihrem Team im Rahmen ihres Budgets, Zeitrahmens und weiterer Ressourcen effektiv erreichen können: von der Zusammenarbeit im Team Meeting über laufende Kommunikations- und Steuerungsmaßnahmen bis hin zum Jahresgespräch.

4.6 Führung von virtuellen Teams

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Durch die Digitalisierung und Dezentralisierung unserer Arbeitswelt stehen Führungskräfte heute immer häufiger vor der Herausforderung, geographisch weit verstreute Mitarbeiter effektiv führen zu müssen
- Dabei vermischen sich häufig eigene Aufgaben, etwa an unternehmensweiten Projekten und Programmen mit Führungsaufgaben. Oft bestehen erhebliche Schwierigkeiten, Zeitfenster für diese beiden Felder so zu organisieren, dass Projektarbeiten erfolgreich abgeschlossen und gleichzeitig notwendige Führungsaufgaben erfolgreich wahrgenommen werden
- Bei der zunehmenden Anzahl von Projekten im Management Alltag gilt es heute immer häufiger, in der Rolle des Projektbeteiligten oder auch Projektleiters andere Fach- oder Führungskräfte im Projektzusammenhang zu führen, denen die Führungskraft nicht weisungsbefugt ist.

TEILNEHMER LERNEN

- Die beiden Aktionsfelder „Mitarbeit an übergreifenden Projekten“ sowie „Führung des eigenen Teams bzw. Abteilung) effektiv abzugrenzen und organisatorisch zu integrieren, so dass Ziele erreicht werden können
- Techniken des Selbstmanagements und Zeitmanagements, um virtuell verstreute Mitarbeiter effektiv zu erreichen und führen zu können
- Techniken für eine effektive Führung im digitalen Zeitalter, so dass kontinuierliche Kommunikation des Teamauftrags (Was wollen wir erreichen?), Bereitstellen von Orientierung und Sinn (Was ist meine Rolle in diesem Zusammenhang?), Konkretisierung und Nachhalten der Aufgabenerledigung jedes einzelnen Mitarbeiters (Wer macht was bis wann womit?) sowie die Kommunikation mit dem Team (Wo stehen wir, was fehlt noch bis zum Ziel?) insgesamt eine erfolgreiche Führung ermöglichen.

4.7 Konfliktmanagement

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Im Betriebsalltag sind Konflikte normal. Sie treten immer dann auf, wenn mindestens zwei verschiedene Interessen aufeinanderprallen, die sich erst einmal nicht unter einen Hut bringen lassen
- Die Herausforderung besteht darin, die Ursachen von Konflikten zu erkennen, damit diese aufgelöst werden können. Hierzu gilt es, den Prozess der Konfliktentstehung und Konfliktbehandlung zu verstehen.
- Schließlich ist es wichtig, die Konfliktlösung im persönlichen Gespräch zu trainieren, so dass hier eine Performancesteigerung erreicht werden kann.

TEILNEHMER LERNEN

- Wie Konflikte entstehen, wie der Prozess aussieht und sich Konflikte behandeln lassen
- Techniken der Konfliktbereinigung
- Fortschrittskontrolle nach Konfliktbereinigung

4.8 Mitarbeitermotivation

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Motivationsdefizite entstehen oft, wenn sich Mitarbeiter oder Führungskräfte unter- oder überfordert fühlen.
- Die Kernherausforderung des Managers besteht darin, Betroffene zu Beteiligten zu machen.
- Hierzu gilt es zunächst den Unternehmens Zusammenhang darzustellen und dann die Aufgaben der betroffenen Mitarbeiter oder Führungskräfte in diesem Zusammenhang zu stellen. So erkennen die Betroffenen, welchen Wert sie zu Unternehmen beitragen, erkennen den Sinn der Arbeit und erhalten klares Feedback.

TEILNEHMER LERNEN

- Sich die Anforderungen an die eigene Position sachlich bewusst zu machen, Emotionen vom Sachzusammenhang zu lösen und die Vogelperspektive in Bezug auf die eigene Leistung anzunehmen.
- Die Herausforderungen des Unternehmens im Marktzusammenhang kennen sowie den eigenen Beitrag, diese Herausforderungen zu bewältigen.

- Welche End-Ergebnisse ihre Arbeit erzielt und wie diese End-Ergebnisse in die Arbeit nachgeordneter Stellen oder Kollegen eingelegt. Außerdem, welches das Endprodukt des gesamten Arbeitsprozesses ist und wie ihre Leistung in diesem Zusammenhang zu würdigen ist. In die Teilnehmer erhalten auf diese Weise klares Feedback zu ihrer Tätigkeit, klare Darstellung der Anforderungen sowie das Werkzeug, ihre eigenen Fähigkeiten so weiterzuentwickeln, dass Sie diese Anforderungen optimal bewältigen können

4.9 Prozesstraining

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Obwohl Geschäftsprozesse die Basis jeder Organisation sind, fehlt oft die Transparenz, wer was macht, um einen Hauptprozess erfolgreich abzuschließen.
- Der Grund liegt in der Dynamik. Prozesse ändern sich ständig und sollten daher so erfasst, dokumentiert und weiterentwickelt werden, dass sie elektronisch griffbereit sind unzumutbar darf als auch in festen Zyklen aktualisiert werden.
- Die Herausforderung liegt im Verständnis, warum es wichtig ist, Prozesse laufend zu aktualisieren und zu dokumentieren, und wie Prozesse am effizientesten auf den neuesten Stand und jederzeit griffbereit gehalten werden können. Auf diese Weise können sie jeder organisatorischen oder technischen Veränderung zu Grunde gelegt werden.

TEILNEHMER LERNEN

- Warum Prozesse erfasst und dokumentiert werden, warum sie laufend zu aktualisieren sind und welcher Nutzen sich damit erzielen lässt.
- Prozesse anhand der Software Microsoft Visio zu dokumentieren und Prozessinterviews zu führen, um Prozessänderungen zu erfassen.
- Wie sich Prozesse nutzen lassen, um Arbeiten und Aufgaben effizienter und damit kostengünstiger durchführen zu können.

4.10 Teamleiter- / Supervisor-Qualifizierung

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Oft werden die besten Mitarbeiter zum Teamleiter oder Supervisoren befördert. Doch gerade diese Topmitarbeiter haben es meist nicht gelernt zu führen.
- Zudem müssten Teamleiter und Supervisor und häufig ehemalige Teamkollegen führen - nun als Vorgesetzter. Dabei entstehen häufig Akzeptanzprobleme auf beiden Seiten.
- Neben den Führungsaufgaben stellen sich die Herausforderungen, Leistung zu messen und zu optimieren, zu berichten, zu präsentieren und Rückschlüsse aus Leistungsschwächen für Optimierungsaktivitäten zu ziehen.

TEILNEHMER LERNEN

- Wie Gruppendynamik funktioniert und warum die Teamleistung im Wesentlichen durch die Leistung des schwächsten Gliedes bestimmt wird.
- Die Anforderungen an die Mitarbeiterführung kennen und üben entsprechende Techniken ein.
- Messziffern der Unternehmensleistung, der Teamleistung, und der Einzelleistung kennen und interpretieren. Hieraus können sie Rückschlüsse für künftige Führungsaufgaben ziehen.

4.11 Teamtraining

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Teams oder Arbeitsgruppen kennen einander oft weniger als Sie denken. Die einzigartigen Talente jedes Teammitglieds sind oft nicht jedem anderen Kollegen bekannt.
- Daraus folgt, dass die Teamaufgaben oft nicht optimal verteilt werden. Zudem entstehen häufig Missverständnisse und Konflikte. Denn Arbeitsmethoden und Aufgaben, die für den Einen einfach sind, können für den Anderen sehr schwierig sein.
- Die Kernherausforderung eines Teams besteht also darin, die eingehenden Aufgaben optimal auf die einzelnen Teammitglieder zu verteilen und die übliche Dynamik des Tagesgeschäfts so zu berücksichtigen, dass einer für den anderen einspringt und alle für einen. Dies schafft Bewusstsein der Gruppenzugehörigkeit, Leistung Anerkennung und Motivation.

TEILNEHMER LERNEN

- Wie Gruppendynamik funktioniert und warum die Teamleistung immer durch die Leistung des schwächsten Gliedes bestimmt wird.
- Welche einzigartigen Talente ihre Teamkollegen haben und wie sie einsetzen können, um die Teamaufgaben optimal zu bewältigen.
- Anhand einer Fallstudie wie sie in Zukunft Teamaufgaben optimal in der Gruppe verteilen können, so dass kein Kollege über- oder unterfordert wird.

4.12 Selbstmanagement / Zeitmanagement

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Die moderne Unternehmensorganisation erfordert zunehmende Flexibilität der Mitarbeiter sowie eine immer größere Bandbreite an Aufmerksamkeit für verschiedenste Sachzusammenhänge.
- Oft fühlt sich der einzelne Mitarbeiter oder Manager mit der Menge sowie der Komplexität der gestellten Anforderungen im Rahmen der ihm zur Verfügung stehenden Arbeitszeit schlichtweg überfordert. Das Resultat sind regelmäßige Überstunden, mittelfristiges Ausbrennen, sinkende Kreativität und Arbeitsfreude. Hierunter leidet wiederum die Qualität der Arbeitsergebnisse.
- Die Kern Herausforderung besteht nicht darin, in die zur Verfügung stehende Zeit immer mehr und immer komplexere Aufgaben hinein zu pressen. Sie besteht vielmehr darin wichtiges von unwichtigem sowie die Ursachen von Dringlichkeit in zu erkennen, Rückschlüsse auf die Prioritäten zu ziehen, sowie ihre eigene Arbeit dementsprechend effektiv das heißt wirksam zu organisieren.

TEILNEHMER LERNEN

- Die Unterschiede zwischen klassischem Zeitmanagement sowie effektiver Priorisierung und Durchführung von Aufgaben kennen und anwenden.
- Grundlegende Techniken, wie das Edward S. Eisenhower Prinzip oder das Pareto Prinzip kennen und den eigenen Alltag anwenden.
- Anhand von Fallstudien, wie sie ihre eigene Arbeit so organisieren können, dass sie mit der zur Verfügung stehenden Zeit auskommen, Stress durch Zeitdruck vermeiden sowie optimale Ergebnisse erzielen.

4.13 Executive Coaching / Management Coaching

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- Jeder Mensch hat Stärken und Schwächen. Oft nehmen Führungskräfte zunächst die Symptome von Herausforderungen wahr, die sie ihnen Schwierigkeiten im Alltag bereiten. Aufgabe des Coachs ist es, gemeinsam mit dem Coaching-Teilnehmer zunächst zu definieren in welchen Bereichen der Coaching-Teilnehmer Fortschritte machen möchte.
- Anschließend wird eine Gap Analyse - sowohl aus dem Blickwinkel des Coaching-Teilnehmers als auch vom Coach zurück gespiegelt – durchgeführt.
- Auf Basis dieser Analyse werden die Lernziele festgelegt und eine gemeinsame Route zu deren Erreichung entwickelt.

TEILNEHMER LERNEN

- Aus der gespiegelten Perspektive des Coachs ihre eigene Performance kennen
- Die Treiber der eigenen Performance kennen
- Aus Eigeninitiative an ihren Stärken zu arbeiten, sie weiter zu entwickeln und für ihre Schwächen eine Lösung zu finden.

4.14 Gewinnend in englischer Sprache auftreten

HERAUSFORDERUNGEN DER TEILNEHMER

- In einer zunehmend globalisierten Welt wird es für viele Fach- und Führungskräfte immer wichtiger, gewinnend in englischer Sprache aufzutreten. Was heißt das konkret? Meist ist es nicht erforderlich, in englischen Verhandlung sicher zu sein. Vielmehr kommt es darauf an, die wesentlichen Formulierungen zu kennen und anwenden zu können, die für den eigenen Alltag wichtig sind
- Gründer Jens Möller hat ein halbes Jahr im Silicon Valley verbracht und war anschließend zehn Jahre in London wohnhaft. Er kennt nicht nur die sprachlichen Fallen, in die wir als Deutsche häufig tappen, sondern auch die Kulturellen. Sei es, die amerikanische Geschäftskultur aus deutscher Sicht mit der Englischen oder gar mit „Akzentenglisch“-Kulturen (z.B. Indien) in einen Topf zu werfen. Sei es die deutsche Art, direkt auf den Punkt zu kommen oder die äußerst hohen Erwartungen an die unmittelbare „Verlässlichkeit“ des Gegenübers vor dem Hintergrund deutscher Wertvorstellungen auch hier zu stellen und einzufordern. Dies führt häufig zu Konflikten und Projektbarrieren.

- Man stellt häufig fest, dass eine generelle sprachliche Fortbildung - etwa bei einer Sprachschule - für die eigenen Arbeitsabläufe und Herausforderungen nicht direkt hilfreich ist, da die Konkretisierung auf den Arbeitsalltag fehlt. Hier wird ein Ansatz benötigt, der von den eigenen Abläufen und täglichen Herausforderungen ausgeht und sehr selektiv ist, d.h. auf schnelle Zugewinne beim sprachlichen/kulturellen Auftreten fokussiert.
- Immer häufiger wird auch in deutschen Unternehmen das Englische zur Unternehmenssprache oder zur Projektsprache. Dies zeigt sich oft bei Tochtergesellschaften globaler Konzerne, bei Dienstleistern mit globalen Kunden oder auch bei der Zusammenarbeit deutscher Firmen mit globalen Partnern. Hier gilt es oft, Projektmanagement im Englischen (mit)zuerfolgen (Projektpläne, Präsentationen, Protokolle, Webex Konferenzen etc.), jedoch die eigenen Mitarbeiter auf Deutsch zu führen.

TEILNEHMER LERNEN

- Vor dem Hintergrund ihrer Arbeit, der eigenen Arbeitsabläufe und des Alltags die wichtigsten sprachlichen Herausforderungen und Formulierungen zu erkennen
- Eigene Blockaden abzubauen und gleichzeitig Freude und Motivation aufzubauen, einem positiven Lernprozess On-the-Job in Gang zu setzen und aufrechtzuerhalten
- Griffige und effektive Formulierungen für typische Situationen in ihrem Arbeitsalltag, die ihnen sofort einen deutlichen Gewinn beim Treffen mit englischsprachigen Gesprächspartnern bringen



V. Unsere Vorteile – Ihr Nutzen

Alle aufgeführten Seminare, Trainings und Coachings bieten wir sowohl als firmeninterne Veranstaltung als auch als Offenes Seminar an. Wenn Sie an einem offenen Seminar teilnehmen möchten oder einen Mitarbeiter hierzu anmelden möchten, fragen Sie uns gerne nach dem nächsten Termin. Senden Sie uns eine kurze Email an info@jmoellerconsulting.com und wir kommen gerne am gleichen Tag auf Sie zu.

Interaktion macht Betroffene zu Beteiligten, motiviert und steigert die Leistung

Jens Moeller Consulting – Seminare und Trainings sind interaktiv: Die Teilnehmer werden in besonders hohem Maße aktiv einbezogen. Hierdurch werden die Teilnehmer gefordert, aktiv mitzudenken und mitzugestalten. Im Ergebnis wird das gesamte in der Gruppe vorhandene Wissenspotential genutzt. Der Jens Moeller Consulting Trainer moderiert und motiviert die Teilnehmer zum gegenseitigen Wissensaustausch. So wird das Wissen optimal aufgenommen und kann nach dem Training dauerhaft angewendet werden.

Kontinuierliche Wissens- und Personalentwicklung

Unsere Vorgehensweise ist das Ergebnis jahrelanger Erfahrung unserer Trainer und garantiert Ihrem Unternehmen den fließenden Übergang von einmaligen Schulungen zu kontinuierlicher Personal- und Wissensentwicklung. Und deren bedeutende Vorteile kennen Sie: Erhöhung von Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit, Verringerung der Fluktuation, Erhaltung und Ausbau der Wettbewerbsvorteile im Kundendialog und damit starke, vertrauensvolle und loyale Beziehungen zu Ihren Kunden und Interessenten. Unternehmen verschiedenster Branchen und Größen profitieren bereits von individuellen Trainingskonzepten sowie der Beratung in der internen und externen Kommunikation. Referenzen senden wir gerne auf Ihren Wunsch.

Jens Moeller Consulting – Trainings und Coachings sind:

- **Flexibel:** Während der Seminare können sich neue, wertvolle Informationen über bzw. von den Teilnehmern ergeben, die eine flexible Anpassung der Seminarinhalte erfordern. Unsere Trainer sind darauf geschult, solche flexiblen Anpassungen dort vorzunehmen, wo sie sinnvoll sind. Im Ergebnis steigen Akzeptanz und Erfolg des Seminars bei den Teilnehmern.
- **Praxisorientiert:** Im Training-on-the-Job oder einem Management-Coaching erhalten die Teilnehmer später Feedback zu ihrem Verhalten und profitieren von der Erfahrung der Trainer und konstruktiven Praxistipps.
- **Motivierend:** Bei allen Seminarinhalten ist die Motivation der Führungskräfte und/oder der Mitarbeiter integrierter Bestandteil. Führungskräfte setzen dann die entscheidenden Elemente hochwertiger Führungsarbeit mit Freude um und leben den Leistungswillen vor, der für die Motivation aller Mitarbeiter so wichtig ist. Mitarbeiter finden Freude an der eigenen Tätigkeit und übertragen sie auf den Kunden.
- **Lernbedarfsorientiert:** Ihr Trainer ist gleichzeitig Berater für Sie und alle Teilnehmer – nicht nur während, sondern auch vor und nach dem Seminar. Nach jedem Seminartag steht er Ihnen mit Rat und Tat zur Verfügung. Ihre Meinung und die der Teilnehmer unserer Seminare und Trainings sind uns besonders wichtig. Deshalb legen wir großen Wert auf entsprechendes Feedback.
- **Orientiert an den Bedürfnissen Ihrer Kunden:** Wir führen Ihre Mitarbeiter dahin, die Erwartungen Ihrer Kunden und Interessenten zu übertreffen und erhöhen damit Ihre Erfolge in Kundengewinnung und Kundenbindung - sei es nun in puncto Leistung und/oder Kosten des Kundendialogs. Denn dies sind letztendlich die Kernziele aller Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen.
- **Teil des Jens Moeller Consulting Beratungsangebotes:** Unsere Trainer besitzen weitreichende Praxiserfahrung in dem, was sie Ihren Mitarbeitern vermitteln. Sie kennen die Themen wie ihre Westentasche und vermitteln persönliche Erfahrung ebenso, wie die Erkenntnisse aus unzähligen Trainingsveranstaltungen. Das merken Sie spätestens dann, wenn sie über den Tellerrand des Trainings hinwegsehen und Herausforderungen in den Schnittstellen erkennen. Wir packen die Herausforderungen umfassend mit Ihnen gemeinsam an - wenn Sie es möchten.

VI. Wie geht es weiter? Die nächsten Schritte...

Kreuzen Sie einfach auf der nächsten Seite die Themen an die sie am meisten interessieren und setzen Sie sich mit uns in Verbindung.

Wir besprechen gemeinsam ihrer Anforderungen, und sie erhalten noch am gleichen Tag ein Angebot für ein Training, Coaching oder Workshop-Paket.

Möchten Sie weitere **Informationen**?
Haben Sie **Fragen** oder **Anregungen**?

WIR FREUEN UNS AUF IHR(EN) ANRUF, E-MAIL ODER BRIEF!

SO KÖNNEN SIE UNS ERREICHEN:

-  +44 (0)7811 353 996
-  +44 (0)20 799 32 415
-  info@jmoellerconsulting.com
-  www.jmoellerconsulting.com



FOLGE UNS:



JMC Jens Moeller Consulting GmbH

Johann-Baur-Straße 30

82362 Weilheim i. O.

Amtsgericht München HRB 223491 | Umsatzsteuer-ID: DE304848246

Bitte kreuzen Sie unten die Themen an, die Sie interessieren und senden Sie diese Seite an:

info@jmoellerconsulting.com oder kopieren Sie die Themen in die E-Mail hinein.

BITTE KONTAKTIEREN SIE MICH:

(Name)_____ (Unternehmen)_____ am _____
 (Datum) um _____ (Uhr) unter der Telefonnummer _____
 E-Mail-Adresse _____

ZU DEN UNTEN ANGEKREUZTEN THEMEN:

- 1. Offene Seminare, E-Learning und Veranstaltungen in Englisch**
- 2. Vertrieb**
 - 2.1 Persönliches Verkaufen (inkl. Kundenrückgewinnung)
 - 2.2 Präsentationstechniken im Vertrieb
 - 2.3 Verhandlungstaktik und Rabattgespräche
 - 2.4 Telesales / Telefonverkauf / Telefonmarketing Outbound
 - 2.5 Telefonmarketing Inbound / Cross- und Upselling
 - 2.6 Telefonische Kundenrückgewinnung
 - 2.7 Vertriebsunterstützung (Terminvereinbarung, After-Sales-Betreuung)
- 3. Service**
 - 3.1 Kundentelefonie Inbound
 - 3.2 Kundenorientiertes Mahnwesen
 - 3.3 Reklamationsbearbeitung
- 4. Management & Führung**
 - 4.1 Integrierte Unternehmensnachfolge
 - 4.2 Erfolgreiche Unternehmensübernahme
 - 4.3 Change-Management
 - 4.4 Projektmanagement
 - 4.5 Führung
 - 4.6 Führung von virtuellen Teams
 - 4.7 Konfliktmanagement
 - 4.8 Mitarbeitermotivation
 - 4.9 Prozesstraining
 - 4.10 Teamleiter- / Supervisor-Qualifizierung
 - 4.11 Teamtraining
 - 4.12 Selbstmanagement / Zeitmanagement
 - 4.13 Executive Coaching / Management Coaching
 - 4.14 Gewinnend in englischer Sprache auftreten