

Workshop-Input

Workshop-Output

Angebot

Termine | Budget

Garantiert gute Resonanz.

**Qualifizierungs-
Angebot**

Sales *Offensive* 2015



LGI Logistics Group International

Made in Quality



Am 26. und 27. Januar 2015 haben Führungskräfte Ihres Hauses im Rahmen eines Orientierungs-Workshops rund sechs Stunden lang einen Einblick in das von der Präsentainment Group® angebotene Dienstleistungs-Portfolio bekommen. In den verbleibenden zwei Stunden dieses Workshops wurden Zielgruppen und Ziele definiert, die durch einen Prozess der Führungskräfte- und Personalentwicklung zu erreichen sind.

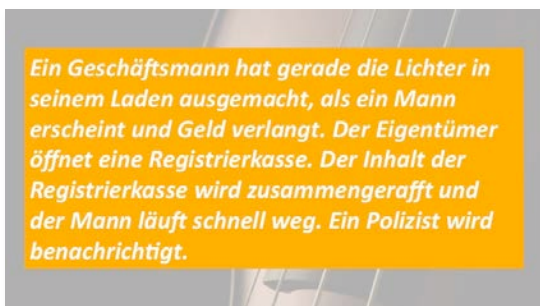
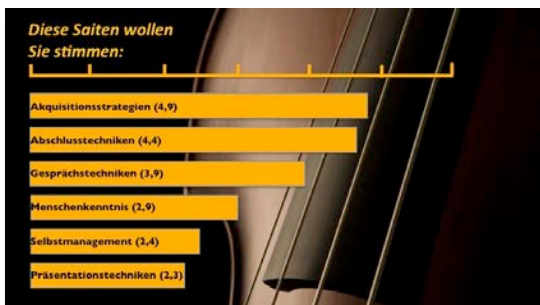
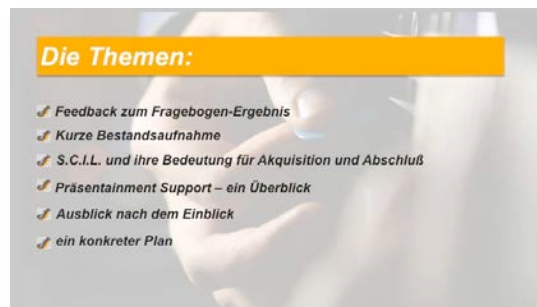
Teilnehmer des v.g. Workshops aus dem Hause LGI waren:

Dr. Andreas Bunz, Eckhard Busch, Volker Englert, Patrick Lindig (temporär), Matthias Moser, Sascha Tilli und Markus Ziegler.

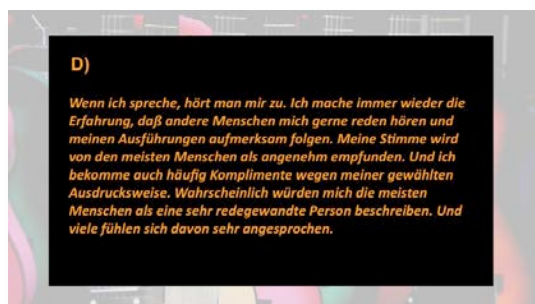
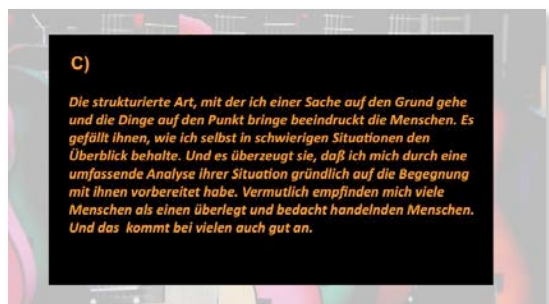
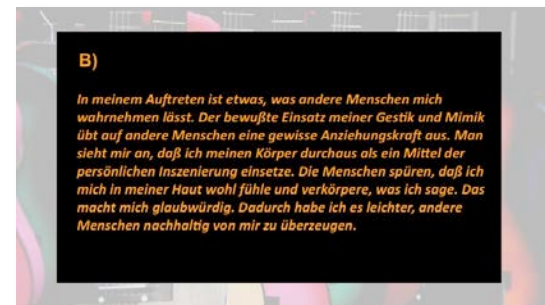
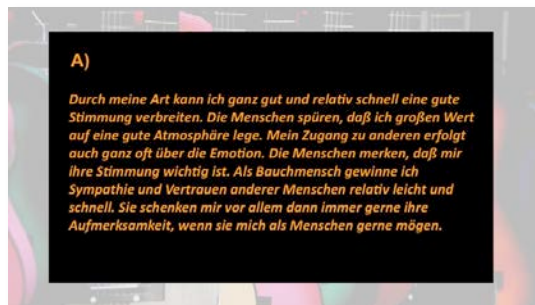
Seitens der Präsentainment® Group wurde der Workshop vorbereitet, durchgeführt und nachbereitet von Andreas Bornhäußer.

Die im Rahmen des Workshops thematisierten Aspekte, erarbeiteten Fragestellungen und das daraus resultierende Angebot sind auf den folgenden Seiten für Sie zusammengefasst.

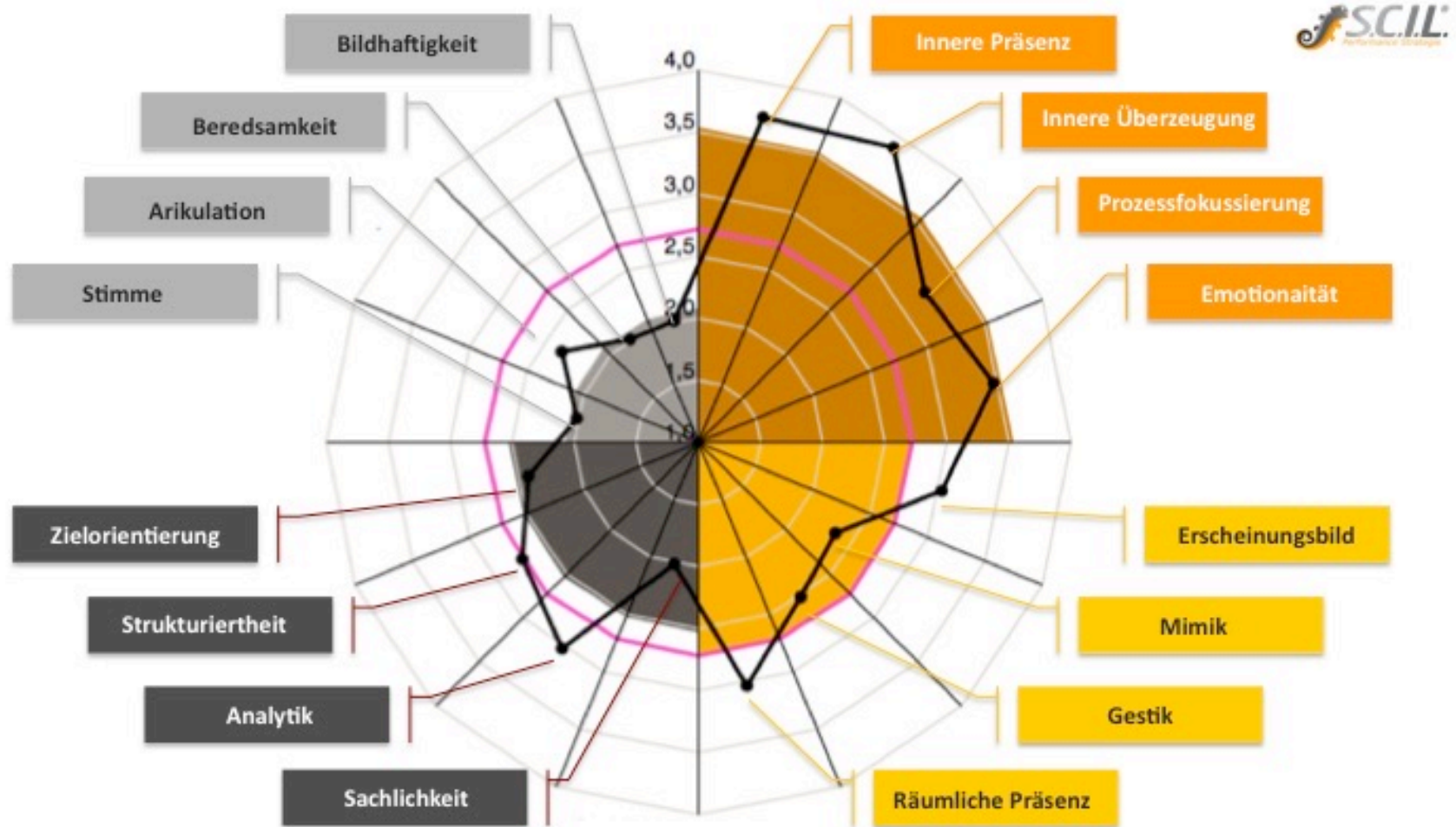
Auf den Seiten 3 bis 10 finden Sie zur Reflektion der im Workshop von Andres Bornhauer angebotenen Inhalte Miniaturansichten der verwendeten Powerpoint-Charts. Gerne stellen wir Ihnen diese Präsentation auf Wunsch auch in Originalgröße als PDF zur Verfügung.



Auf den Seiten 3 bis 10 finden Sie zur Reflektion der im Workshop von Andres Bornhäußer angebotenen Inhalte Miniaturansichten der verwendeten Powerpoint-Charts. Gerne stellen wir Ihnen diese Präsentation auf Wunsch auch in Originalgröße als PDF zur Verfügung.



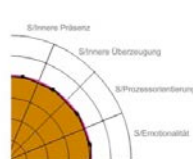
Auf den Seiten 3 bis 10 finden Sie zur Reflektion der im Workshop von Andres Bornhäußer angebotenen Inhalte Miniaturansichten der verwendeten Powerpoint-Charts. Gerne stellen wir Ihnen diese Präsentation auf Wunsch auch in Originalgröße als PDF zur Verfügung.



Auf den Seiten 3 bis 10 finden Sie zur Reflektion der im Workshop von Andres Bornhüßer angebotenen Inhalte Miniaturansichten der verwendeten Powerpoint-Charts. Gerne stellen wir Ihnen diese Präsentation auf Wunsch auch in Originalgröße als PDF zur Verfügung.

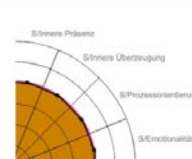
Verwendet Formulierungen wie z.B.:

- habe ein gutes Gefühl
- da kommt mir spontan die Idee
- das ist mir sympathisch
- dem kann ich vertrauen
- das mag ich überhaupt nicht
- so liebe ich es
- das empfinde ich als sinnvoll



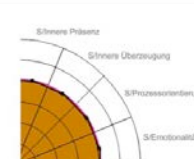
Umgeben sich am liebsten mit:

- persönlichen Gegenständen (Andenken, Schutzengel, Spielzeug, Urkunden u.Ä.)
- Bildern von den Liebsten
- Fotos von Orten/Plätzen mit persönlichem Bezug
- relativer Unordnung
- warmen Farbtönen (orange, gelb, rot, braun, beige, etc.)



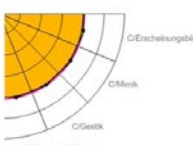
Reagiert auf Stress mit:

- Äußerungen zur Anspannung
- Unsachlichkeit
- persönlichen Bemerkungen
- dem Wunsch nach einer Pause
- atmosphärischen Hinweisen
- hilfeschender Mimik
- fahigen Gesten



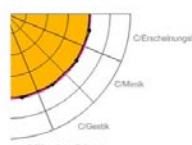
Verwendet Formulierungen wie z.B.:

- so kann ich es begreifen
- packen wir's an
- damit bewegen wir nichts
- da müssen wir genauer hinschauen
- so könnte es gehen
- damit locken wir sie alle hinter dem Ofen vor
- muß man doch einsehen



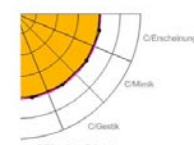
Umgeben sich am liebsten mit:

- Design-Objekten
- ausgefallenen Accessoires
- abstrakter und/oder moderner Kunst
- ordentlich scheinenden Arbeitsstapeln
- Komplementärfarben oder der Kombination von gedeckt und schrill



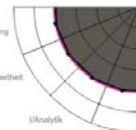
Reagiert auf Stress mit:

- tiefen Seufzern
- plötzlichem Aufstehen und Umhergehen
- deutlichen Veränderungen der Sitzpositionen
- Veränderung der Körperspannung
- stark bis übertrieben wirkender Gestik und Mimik



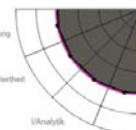
Verwendet Formulierungen wie z.B.:

- ist nachvollziehbar
- so ist es logisch
- meine Ziele sind
- das ist effektiv
- die Ergebnisse sind sicher
- muß ich noch drüber nachdenken
- die Sache gründlich analysieren



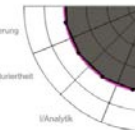
Umgeben sich am liebsten mit:

- Ordnung und Übersichtlichkeit
- leeren Arbeitsflächen
- Terminkalender (in Papierform oder elektronisch)
- glatte Fronten und Flächen
- kühlen / beruhigenden Farben (blau, silber, grau, grün, etc.)

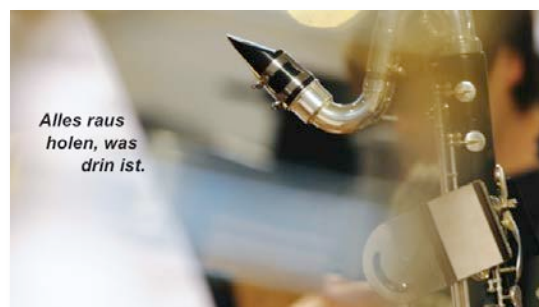
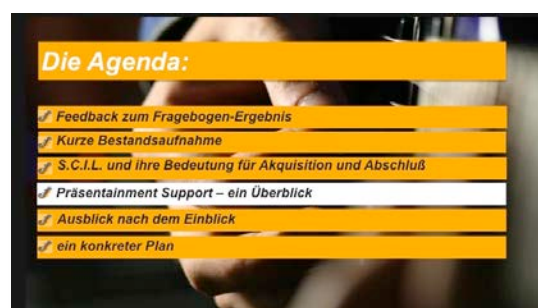
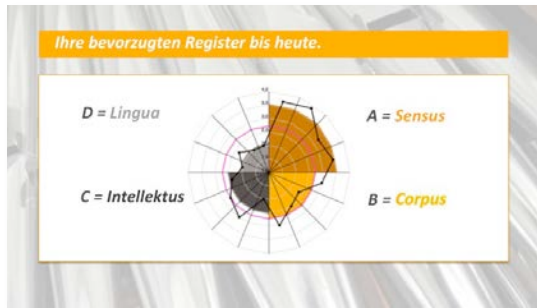
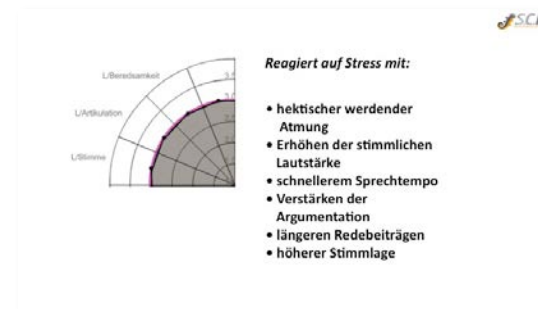
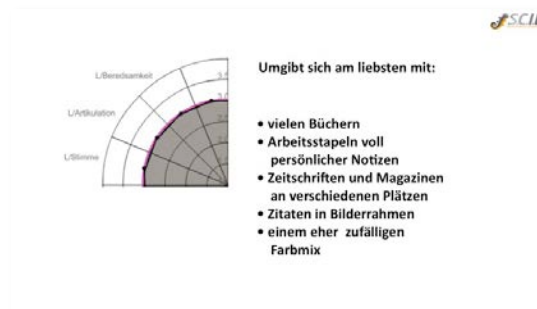
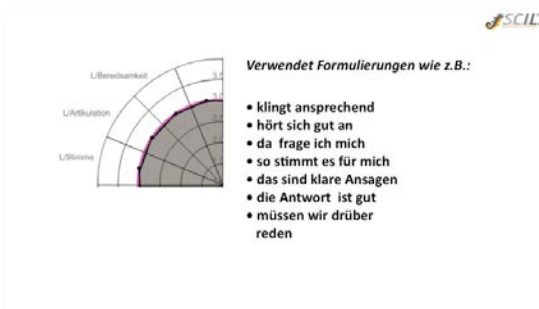


Reagiert auf Stress mit:

- inhaltlichen Fragen
- zunehmender Stille und Zurückgezogenheit
- Absenken der stimmlichen Lautstärke
- verstärkter Konzentration auf Unterlagen
- scheinbarer gedanklicher Abwesenheit



Auf den Seiten 3 bis 10 finden Sie zur Reflektion der im Workshop von Andres Bornhüßer angebotenen Inhalte Miniaturansichten der verwendeten Powerpoint-Charts. Gerne stellen wir Ihnen diese Präsentation auf Wunsch auch in Originalgröße als PDF zur Verfügung.



Workshop-Input

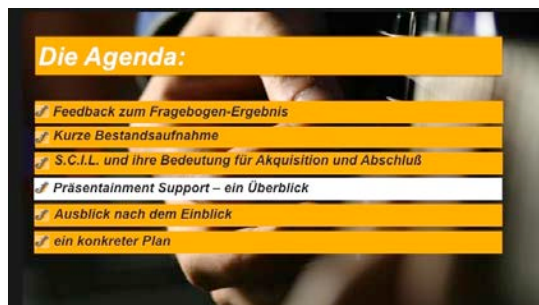
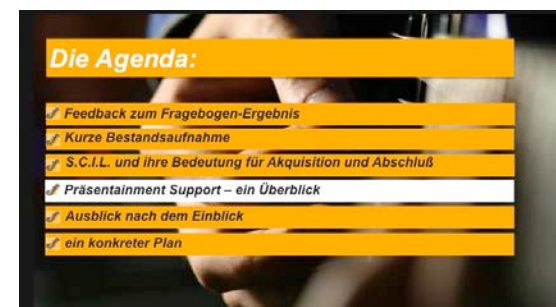
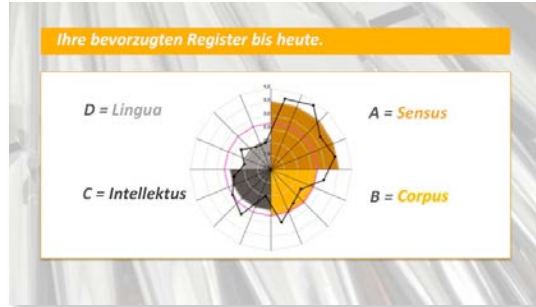
Workshop-Output

Angebot

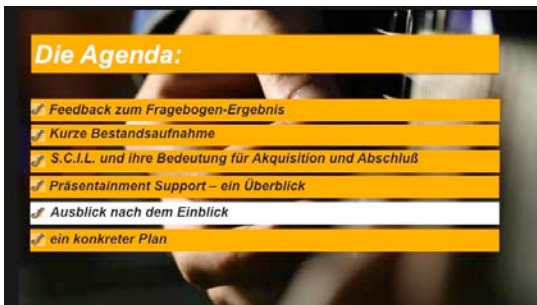
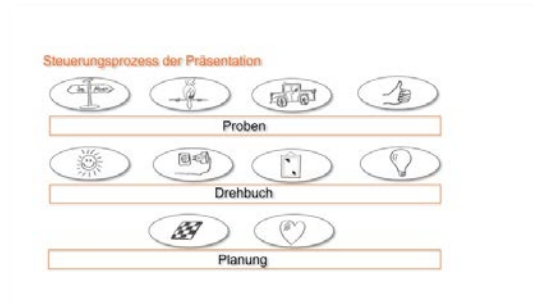
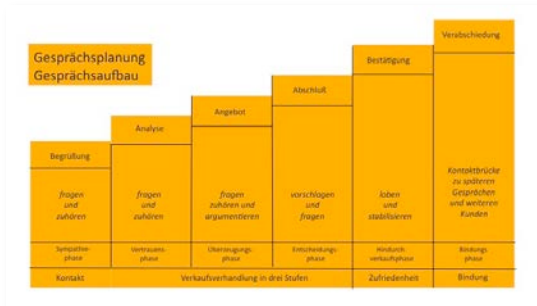
Termine | Budget

Garantiert gute Resonanz.

Auf den Seiten 3 bis 10 finden Sie zur Reflektion der im Workshop von Andres Bornhäußer angebotenen Inhalte Miniaturansichten der verwendeten Powerpoint-Charts. Gerne stellen wir Ihnen diese Präsentation auf Wunsch auch in Originalgröße als PDF zur Verfügung.

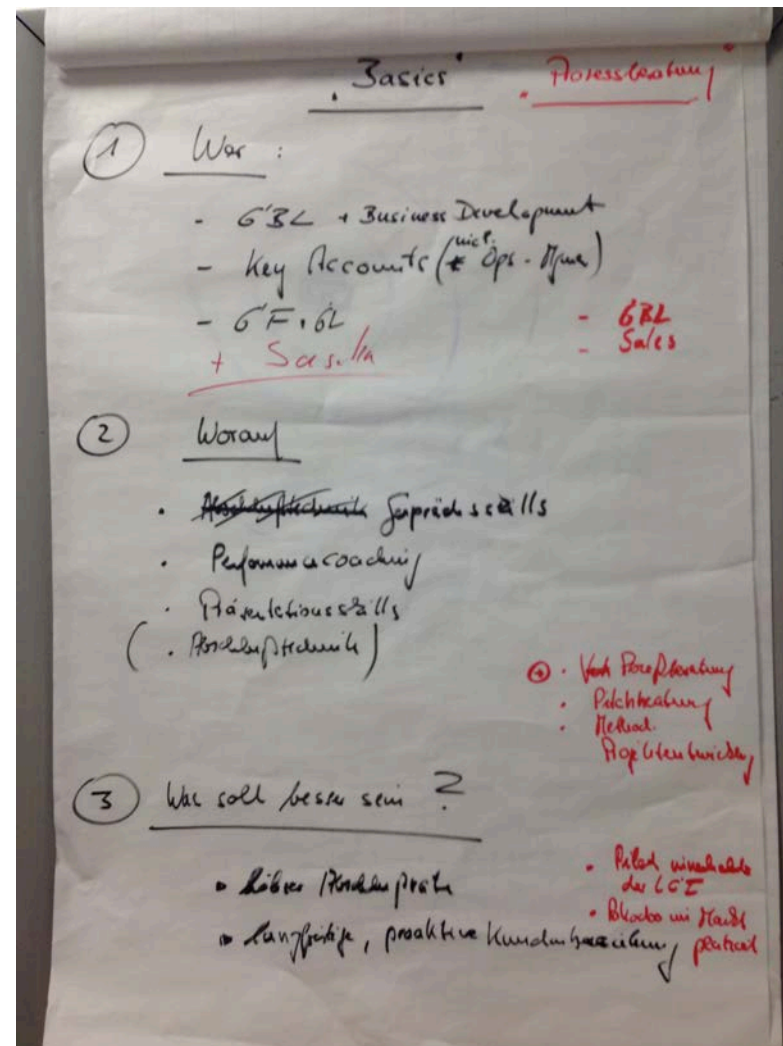
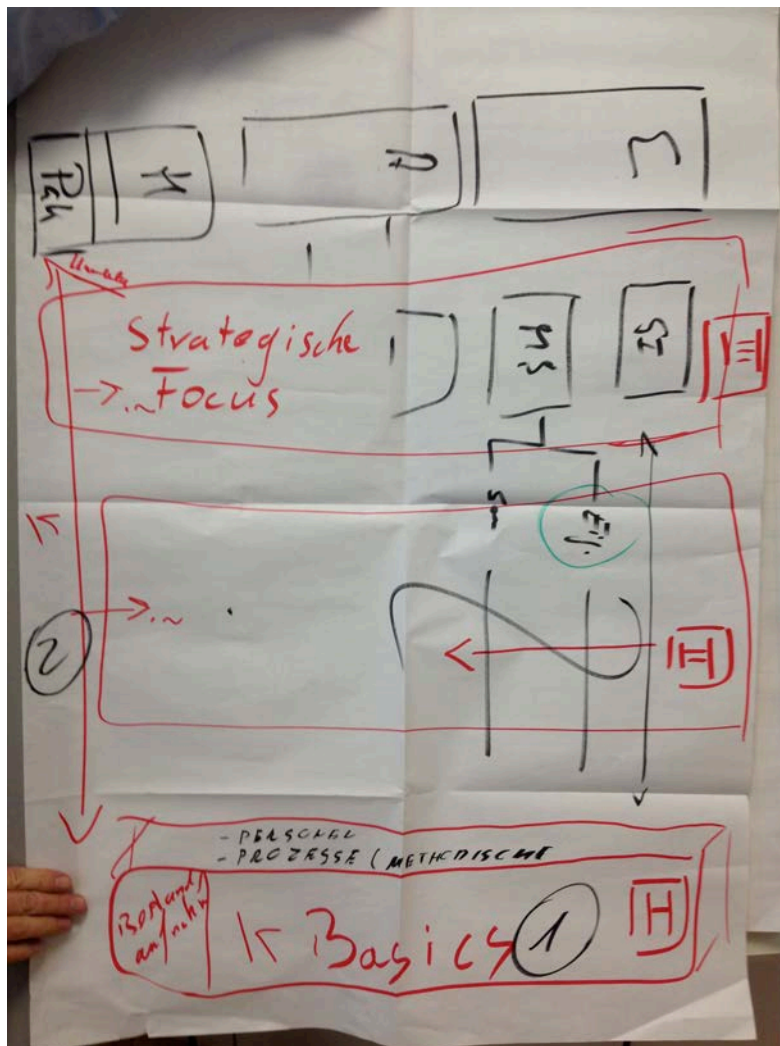


Auf den Seiten 3 bis 10 finden Sie zur Reflektion der im Workshop von Andres Bornhäußer angebotenen Inhalte Miniaturansichten der verwendeten Powerpoint-Charts. Gerne stellen wir Ihnen diese Präsentation auf Wunsch auch in Originalgröße als PDF zur Verfügung.



Nach der rund 6-stündigen Input-Sequenz durch Andreas Bornhäußer haben die Führungskräfte der LGI die nebenstehenden Fragen diskutiert.

Die Ergebnisse dieser Diskussion sind auf den folgenden 2 Seiten fotoprotokollarisch dokumentiert.



1. GF ; GBL ; VL
RL
- ① KfMs, Bus Der. Opslgr
 - Akquisitionen-Strategie
 - Prozess
 - Individuelle Qualifizierung
 - Präsentationstechniken
 - Gesprächstechniken
 - S.C.I.L

3. a. Geschäft gewinnen
- Weiterentwicklung
- b. Vertriebs-Methoden/
Knowhow
S.C.I.L
- c. in den Kunden hineinversetzen
- Gesprächssteuerung
Vertriebsstrategie

Workshop-Input

Workshop-Output

Angebot

Termine | Budget

Garantiert gute Resonanz.

Wie den 4 Charts auf den vorangegangenen 2 Seiten zu entnehmen ist, gab es in den beiden Teilgruppen des gesamten Führungskreises durchaus Übereinstimmung bezüglich der Zielgruppen und Zielsetzungen, jedoch eine unterschiedliche Auffassung hinsichtlich der denk- und machbaren Vorgehensweise.

Grundsätzlich kann gesagt werden, dass im Long Term rund 40 Personen aus insgesamt sieben Geschäftsbereichen der LGI zu qualifizieren sein werden. Die im Rahmen der geplanten Offensive avisierten übergeordneten Zielsetzungen sind:

- Analyse der heutigen Vertriebsprozesse (Akquisition bis Abschluß | organisational • prozessual • personell)
- Motivation der Mitarbeiter im Hinblick auf die Thematik Sales-Offensive.
- Qualifizierung der Mitarbeiter in den Themenfeldern
 - a. neue Akquisitionsstrategien entwickeln
 - b. Abschlussquoten erhöhen
 - c. Erstellen von überzeugenden/begeisternden Präsentationen
 - d. Handhabung der zur Verfügung stehenden Präsentationsmaterialien und -medien
 - e. Umsetzung spannende Präsentationsdramaturgien in überzeugende Performances
- Verbessern der Interaktionskompetenz der handelnden Personen

Ein Teilteam der Teilnehmer vertrat den Standpunkt, dass es möglicherweise sinnfälliger und nutzbringender sein könnte, die Offensive zunächst als eine Art Pilotprojekt entweder mit einem Geschäftsbereich (namentlich Packadoo) oder mit handverlesenen Personen zu starten und ggf. nach entsprechendem Erfolg auf den gesamten Vertrieb auszurollen.

Hier wurde seitens der Präsentainment Group angemerkt, dass dies möglicherweise eine motivationale Schieflage in der Organisation hervorrufen könnte, die sich schlimmstenfalls kontraproduktiv auf den Gesamterfolg der geplanten Offensive auswirkt.

Die punktuell heterogenen Arbeitsergebnisse der v.g. Teilteams sowie die anschließende kontroverse Diskussion hat deutlich gezeigt, dass im Führungskreis keine einheitliche Auffassung hinsichtlich der vertriebsstrategischen Ausrichtung existiert.

Diese Wahrnehmung wurden den Teilnehmern durch den Moderator gespiegelt.

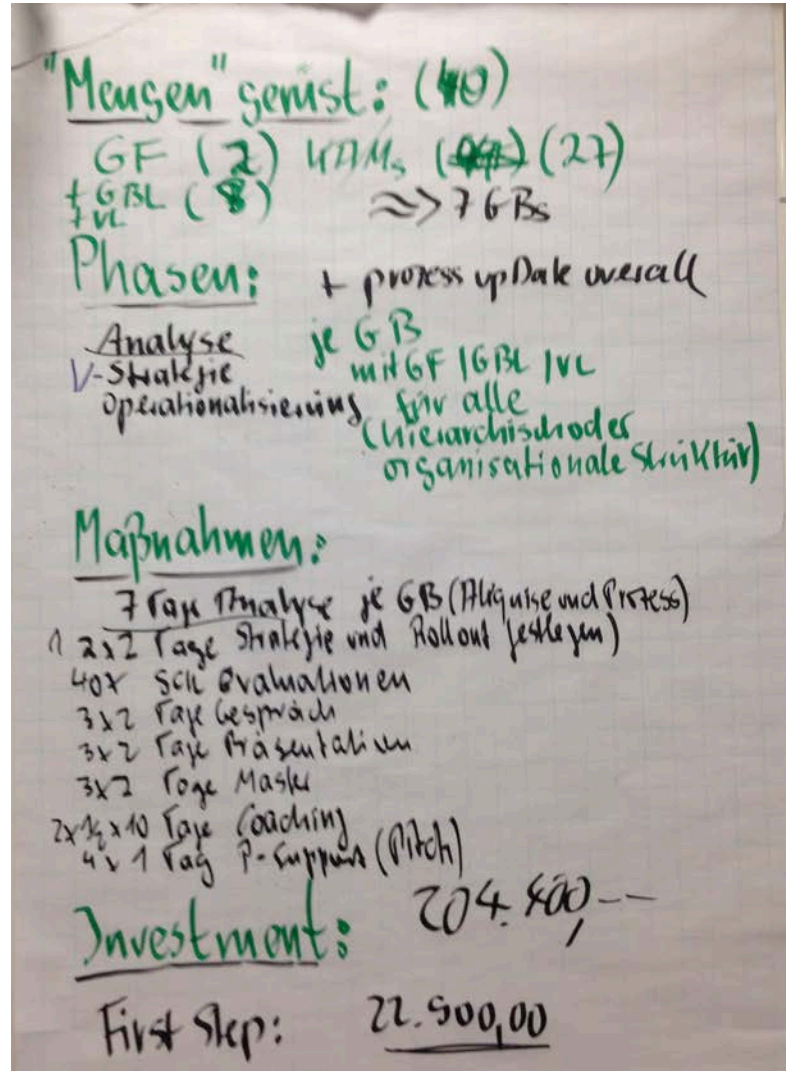
In der Folge des daraus resultierenden Plenumsgesprächs wurde den Anwesenden vom Moderator ein auf 2 Jahre ausgelegtes denkbare Gesamtkonzept sowie ein innerhalb der nächsten 6 Monate machbares Teilkonzept skizziert.

Vor dem Hintergrund der teilnehmerseitig definierten Zielgruppen und erarbeiteten Ziele hat die Präsentainment Group zum Schluss des Workshops die auf dem nebenstehenden Chart skizzierten Phasen und Inhalte einer denk- und machbaren SalesOffensive2015 (Arbeitstitel) vorgestellt. Diese wurden mit allen Anwesenden kritisch diskutiert.

Gemeinsam verständigte man sich final darauf, dass mit dem hiermit vorgelegten Papier ein Startkonzept angeboten wird, das eine priorie Behandlung des Geschäftsbereichs Pakadoo berücksichtigt.

Ferner enthält dieses Angebot eine Beschreibung der möglichen Folgephasen.

Auf den Seiten 14 bis 17 wird zunächst das Startkonzept beschrieben. Eine detaillierte Beschreibung der Gesamtkonzeption finden Sie im Anschluss daran auf den Seiten 18 bis 27.



"Mengen" genist: (40)
 GF (2) KMMs (~~44~~) (27)
 + GBL (8) ≈ 76 Bs

Phasen: + prozess update overall
 Analyse je GB
 V-Strategie mit GF IGBL IVL
 Operationalisierung für alle
 (hierarchisch oder organisationale Struktur)

Maßnahmen:
 7 Tage Analyse je GB (Analyse und Prozess)
 1 2x2 Tage Strategie und Rollout festlegen
 40x 50 Evaluationen
 3x2 Tage Gespräch
 3x2 Tage Präsentation
 3x2 Tage Master
 2x 1/2 x 10 Tage Coaching
 4x 1 Tag P-Support (Pitch)

Investment: 204.800,-

First Step: 22.500,00

Workshop-Input

Workshop-Output

Angebot

Termine | Budget

Garantiert gute Resonanz.



Startkonzept

UpDate-Meeting

In einem 1-tägigen Treffen sollen einem erweiterten Führungskreis

- Ablauf
- Inhalte und
- Ergebnisse

des Orientierungs-Workshops vermittelt werden.

Ziel dieses Treffens ist es, in der gesamten Führungsmannschaft Verständnis für die bevorstehenden Maßnahmen auszulösen und Einverständnis hinsichtlich der vereinbarten Vorgehensweise zu erzielen.

Workshop-Input

Workshop-Output

Angebot

Termine | Budget

Garantiert gute Resonanz.

**Startkonzept**

Analyse der Vertriebsprozesse

In Form von 1-tägigen Begleitungen sowie Interviews der Führungskräfte aller 7 Geschäftsbereiche wird eine Status Quo-Erhebung durchgeführt, im Rahmen derer einer SWOT-Analyse ähnlich die

- organisationalen
- prozessualen
- personalen

Abläufe und Qualitäten der Vertriebsaktivitäten erhoben werden. Begonnen werden soll mit der Analyse des Pakadoo-Vertriebs.

Die Ergebnisse dieser Untersuchung werden dokumentiert und ausgewertet und bilden die Grundlage einer sich daran anschließenden Vertriebs-Strategieklausur.

Aus heutiger Sicht (vorbehaltlich der Terminmöglichkeiten seitens L&G) kann diese Analyse final abgeschlossen werden bis zum 24. April 2015. (siehe hierzu bitte auch Seite X | Termine)

**Startkonzept****Vertriebs-Strategieklausur**

Eine 2-tägige Klausur-Tagung dient der Reflektion der im Rahmen der Analyse evaluierten Ergebnisse und hat darüber hinaus das Ziel, die folgenden Aspekte zu thematisieren:

- Attraktivität der aktuell bedienten Kunden-Zielgruppen
- Potenziale möglicher zusätzlicher Kundenkreise
- Relevanz des LGI Portfolios für die v.g. Kunden
- Erweiterung und/oder Straffung von Kundengruppen und LGI- Portfolio im Sinne der EKS (Engpass Konzentrierte Strategie | bitte nehmen Sie dazu auch den als PDF beigefügten Artikel zur Kenntnis)
- Optimierungs-Potenziale und -Maßnahmen in den Bereichen
 - Akquisition
 - Organisation
 - Prozesse
 - persönliche Skills
- Festlegen der nächsten Schritte zur Operationalisierung der in der Klausur festgelegten vertriebs-strategischen (Neu-) Ausrichtung.

Aus den Ergebnissen der Vertriebs-Strategieklausur leiten sich alle weiteren Maßnahmen ab. Hier werden im übrigen auch Kontrollmechanismen und Milestones festgelegt.

**Startkonzept**

Pakadoo-Salessupport

Die für Pakadoo verantwortlich Führungskraft, Markus Ziegler, hat darum gebeten, dass seitens der Präsentainment Group möglichst kurzfristig Kapazitäten zu Verfügung gestellt werden, die diesen Geschäftsbereich dabei unterstützen

- im Sinne des im Orientierungs-Workshops vorgestellten Keymotion-Prinzips eine überzeugende Story zu entwickeln
- diese Story in einer begeisternde Präsentationsdramaturgie umzusetzen
- die handelnden Personen zu befähigen, diese Präsentation auch bestmöglich zu performen

Ziel dieser eventuell vorab umzusetzenden Aktivitäten ist es, Pakadoo

- möglichst schnell überzeugende Referenzkunden zu beschaffen
- den Produktlaunch zeitnah erfolgreich zu realisieren
- nachhaltiges Geschäft für den Bereich zu generieren

Nach Einschätzung der Präsentainment Group sollte dies mit einem Zeitbedarf von 3 Arbeitstagen machbar sein. (siehe hierzu bitte auch Seite X | Termine)

Vorbehaltlich der Ergebnisse der Vertriebs-Strategieklausur sind nach dieser Startphase die auf den folgenden Seiten unter dem Rubrum **Gesamtkonzept** beschriebenen Maßnahmen und Inhalte denkbar.

**Gesamtkonzept**

Vorbemerkung

Die Grundlage der im folgenden beschriebenen Weiterbildungsarbeit bilden im wesentlichen die Elemente:

- Präsentainment-Steuerungsprozess
- Keymotion-Prinzip
- S.C.I.L.Performance-Strategie

Der im Orientierungs-Workshop vorgestellte und auf der folgenden Seite abgebildete Steuerungsprozess verdeutlicht die einzelnen Phasen und Schritte, die zu einer gelungenen Präsentation führen und dient in der Vorbereitung und Durchführung der Präsentation als nützlich Checkliste.

Das Keymotion-Prinzip dient der Weiterentwicklung und Optimierung der Vertriebs-Stories der 7 Geschäftsbereiche.

Die S.C.I.L.Performance-Strategie- gibt den zu Trainierenden die Gelegenheit zu einer selbstkritischen Analyse des eigenen Wirkungsrepertoires.

Aus dieser Analyse werden die Lernziele und Handlungsnotwendigkeiten insbesondere für die beiden Coachingphasen abgeleitet.

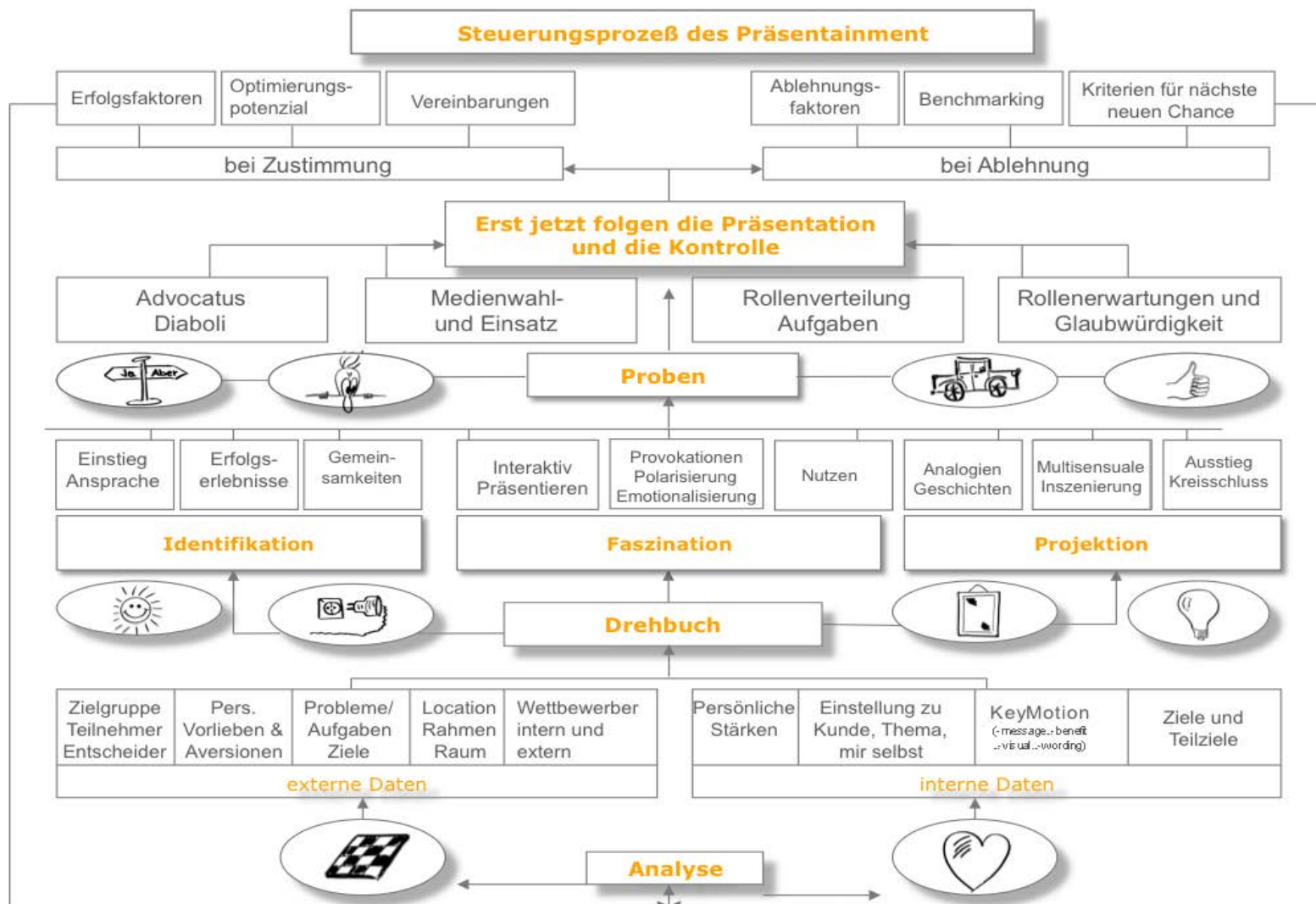
Workshop-Input

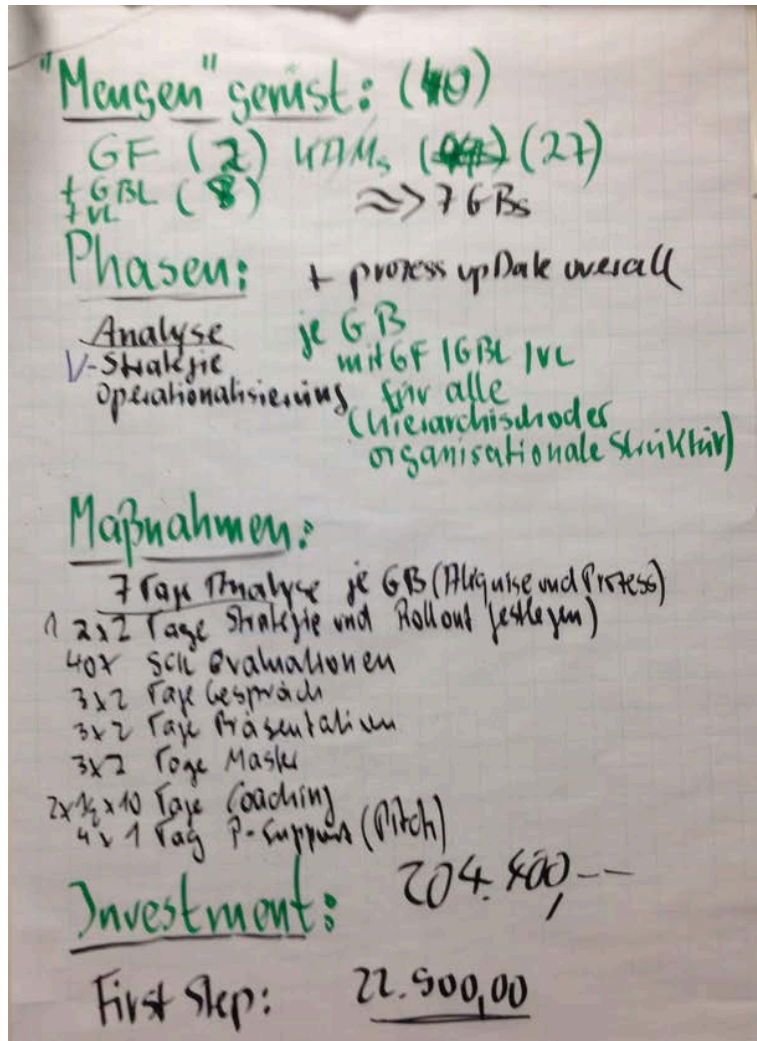
Workshop-Output

Angebot

Termine | Budget

Garantiert gute Resonanz.



Gesamtkonzept

Nach der Phase des Startkonzepts sind gemäß der seitens der Präsentainment Group im Rahmen des Orientierungs-Workshops entwickelten Konzeptskizze folgende Weiterbildungsmaßnahmen für die zu erreichenden rund 40 Personen denk- und machbar:

- a. 3 x 2-tägige Präsentations-Seminare (1. Stufe)
- b. 3 x 2 tägige Präsentations-Seminare (2. Stufe)
- c. 40 S.C.I.L.Evaluationen
- d. 3 x 2-tägige Dialogmanagement-Seminare
- e. Coaching-Sequenzen in Kleingruppen (1. Stufe)
- f. 40 x webbasierter Coaching-Support mittels Videomodulen
- g. Coaching-Sequenzen in Kleingruppen (2. Stufe)
- h. 4 x 1 Tag Pitch-Support

Eine genauere Beschreibung der Positionen a,b, c und e finden Sie auf den Seiten 21 bis 26.

Gesamtkonzept

Präsentations-Seminar / I. Stufe

(2-tägig / mit jeweils max 14 Personen/insgesamt 40)

Die Teilnehmer füllen im Vorfeld des Seminars einen Fragebogen aus, der dem Trainer Gelegenheit gibt, sich ein erstes Bild von den vorhandenen Fähigkeiten und Fertigkeiten der Teilnehmer zu machen und ihre Erwartungen besser einschätzen zu können.

Eine Gruppengröße von 40 Personen lässt eine intensive Arbeit mit dem Einzelnen zu und schafft darüber hinaus durch die hohe Gruppendynamik ein hohes Lernerlebnis durch das Lernen von- und miteinander.

Die Teilnehmer werden im Vorfeld vorbereitete Präsentationen vortragen. Diese werden nicht weiter kommentiert und dienen während des gesamten Seminars als Übungsmaterial. Entlang des Steuerungsprozesses bekommen die Teilnehmer dann schrittweise Anregungen und Impulse, die sie in die mitgebrachten Präsentationen umsetzen und dem Plenum vortragen.

Dieses Procedere wird sich im Verlauf des Seminars mehrfach wiederholen, so dass bereits im Seminar selbst eine für alle wahrnehmbare kontinuierliche Wirkungsverbesserung und damit auch positive Lernerlebnisse einstellen.

Am Ende des Seminars bekommen die Teilnehmer die Aufgabe mindestens zwei zielgruppenspezifisch angepasste Präsentationen zur nächsten Stufe mitzubringen.

Im folgenden skizzieren wir Ihnen der gebotenen Kürze den vorläufigen Themenplan des ersten Präsentations-Seminars.



Workshop-Input

Workshop-Output

Angebot

Termine | Budget

Garantiert gute Resonanz.

Vorläufiger Themenplan**1. Einführung** (Ziel: Motivation der Teilnehmer)

1.1.

Vorstellen der im Rahmen des Seminars thematisierten zehn Impulse

1.2.

Kurze Präsentation der im Vorfeld durch die Teilnehmer vorbereiteten Präsentationen

1.3.

Vorstellen der Elemente des Präsentainment® Steuerungsprozesses

2. Präsentations-Dramaturgie (Ziel: Problemerkennntnis)

2.1.

Die Teams präsentieren ihre vor dem Seminar vorbereiteten Arbeiten

2.2.

Feed forward durch den Trainer gemäß des Präsentainment® - Steuerungsprozess

3. Zusammenspiel von Person und

Dramaturgie (Ziel: Selbst- und Problemerkennntnis)

3.1.

Die Teams präsentieren ihre gemäß Punkt 2.2. überarbeiteten und optimierten Präsentationen

4. Der Steuerungsprozess in all seinen Details in die Präsentationspraxis der Teilnehmer umgesetzt
(Ziel: Problemlösung)

4.1.

Analyse externer Daten

(Recherche über Teilnehmer, Rahmenbedingungen, Wettbewerber)

Workshop-Input

Workshop-Output

Angebot

Termine | Budget

Garantiert gute Resonanz.

Vorläufiger Themenplan

4.2.

Analyse interner Daten
(Bewusstmachen der individuellen Stärken,
Bedeutung klarer Zieldefinitionen für die spätere Dramaturgie,
Erarbeiten der KeyMotion)

4.3.

Wirkungsvolle Präsentations-Einstiege
für eine optimale Stimmung

4.4.

Geschickte Einbeziehung von Präsentations-Teilnehmern und
Steuerung des dabei ablaufenden Prozesses

4.5.

Wirkung bildhafter Sprache und Erarbeiten einer durchgängigen
„Geschichte“

4.6.

Bestmögliche Ansprache der unterschiedlichen Wahrnehmungskanäle und
Sinne im Auditorium

4.7.

Gekonnter Umgang mit Einwänden durch geschickte Dialektik und brillante
Rhetorik

4.8.

Auswahl und Handhabung der verschiedenen Medien, sich selbst als Medium
begreifen, präsentierte Inhalte durch die Person „verkörpern“ (Stimme,
Gestik, Mimik)

4.9.

Rollen und Aufgabenverteilung bei Einsatz verschiedener Präsen-
ter

4.10.

Umgang mit Nervosität, Blackouts, und Pannen

Workshop-Input

Workshop-Output

Angebot

Termine | Budget

Garantiert gute Resonanz.

Vorläufiger Themenplan**5. Der Steuerungsprozess als Arbeitsmittel zur Vorbereitung zukünftiger Präsentationen**

(Ziel: Arbeitserleichterung)

5.1.

Nutzungsmöglichkeiten als Checkliste

5.2. Plenumsdiskussion zu 5.1.

6. Entwickeln eines modular aufgebaute Präsentations-System für die einzelnen Geschäftsbereiche der LGI und bestmögliche Handhabung desselben

(Ziel: Arbeitserleichterung)

6.1.

Beispiele vergleichbarer Konzepte durch den Trainer

6.2.

Entwickeln eigener Ideen und Diskussion dieser

6.3.

Empfehlungen zur individuellen Handhabung

7. Schluss

7.1.

Zusammenfassung durch den Trainer

7.2.

Klärung der zwischen Stufe 1 und Stufe 2 durch die Teilnehmer zu erledigenden Aufgaben

7.3.

Beurteilung des Referenten und des Seminars durch die Teilnehmer

7.4.

Feststellen von Teilnehmerwünschen insbesondere für Präsentations-Seminar Stufe 2

7.5.

Bewertung der persönlichen Erkenntnisse und Formulieren konkreter Vorsätze im Sinne und zum Nutzen eines möglichst schnellen und nachhaltigen Praxis-Transfers aufgrund des Seminars

Gesamtkonzept

Präsentations-Seminar / 2. Stufe

(2-tägig/mit jeweils max. 14 Personen/insgesamt 40)

In dieser 2. Stufe haben die Teilnehmer Gelegenheit, die in der Zwischenzeit erledigten Aufgaben zu präsentieren.

Dazu gehören einerseits zwei Beispiele von zielgruppenspezifisch angepassten und durchgeführten Präsentationen sowie die Präsentation eines Berichtes, in dem sie die mit dem neuen Präsentations-System gemachten Erfahrungen schildern.

Diese werden gemeinsam mit dem Trainer und den übrigen Teilnehmern diskutiert und ausgewertet.

Im Übrigen lebt diese 2. Stufe insbesondere vom praktischen Tun, Üben und Optimieren. Zur Unterstützung der Selbsterkenntnis und des Lernerfolgs wird vom Trainer Video-Feedback angeboten. Dieses ist optional und freiwillig.

Am Ende des Seminars bekommen die Teilnehmer Gelegenheit, Ihre persönliche Wirkung mit Hilfe der Diagnostik nach der S.C.I.L.Performance-Strategie analysieren zu lassen.

Dazu wird im Seminars selbst an vorbereiteten Rechnern ein aus 100 Fragen bestehender Evaluationsbogen ausgefüllt.

Präsentations-Seminar Stufe 2 und Coaching Stufe 1 werden diese Bögen ausgewertet und für jeden Teilnehmer wird ein persönliches Wirkungsprofil erstellt.

Dieses Wirkungsprofil sowie die daraus ableitbaren Handlungsnotwendigkeiten zur Verbesserung der persönlichen Wirkung werden im Rahmen des Coachings mit den Teilnehmern besprochen.

Zwischen Coaching Stufe 1 und Stufe 2 bekommen die Teilnehmer außerdem eine circa 80 Seiten umfassende Dokumentation Ihres individuellen Wirkungsprofils auf elektronischem Weg zugesandt.

Auf den folgenden Seiten skizzieren wir Ihnen kurz einige Aspekte der S.C.I.L.Performance-Strategie.

Gesamtkonzept

Die S.C.I.L.Performance Strategie ist derzeit die einzige Diagnostik, die die Außenwirkung von Menschen vollständig transparent macht.

Für schnellen und nachhaltigen Erfolg im Vertrieb, erfolgreiche Kommunikation von Führungskräften und charismatische Auftritte vor großen Auditorien.

Autorisierte S.C.I.L.Master erweitern und verbessern das individuelle Wahrnehmungs- und Wirkungs-Repertoire ihrer Mandanten.

Auf Basis der S.C.I.L. Diagnostik erfolgt ein hocheffizientes Training, das Menschen befähigt das gesamte Spektrum der Kommunikationsbedürfnisse ihrer Gesprächspartner zu erkennen und zielsicher zu bedienen.

Nachvollziehbar. Anwendbar. Messbar.

Zur Reflektion der für Wahrnehmung und Wirkung relevanten Faktoren nehmen Sie bitte ggf. noch einmal Seite 5 dieser Konzeption zur Kenntnis.



Gesamtkonzept

S.C.I.L.Coaching / 1. Stufe

(jeweils 1/2-tägig mit jeweils 4 Teilnehmern)

Zu Beginn des Coachings erhalten die Teilnehmer ihre individuellen Wirkungsprofile. Diese werden ihnen in Form von Feedback-Gesprächen erläutert.

Da sich aus den Profilergebnissen Stärken- und Potenzial-Cluster bezogen auf die Teilnehmer ergeben, werden die Teilnehmer auch zu entsprechenden Potenzial-Gruppen zusammengefasst.

Daraus ergibt sich die Möglichkeit, mit den Teilnehmern an der Erweiterung des Wirkungsrepertoires auch in Kleingruppen zu arbeiten. Die entsprechenden Übungen werden mittels Video-Feedback durchgeführt.

Zum Schluss des Coachings Stufe 1 werden mit den Teilnehmern konkrete Aufgaben besprochen, die sie zwischen Stufe 1 und 2 in Eigenregie bearbeiten können.

S.C.I.L.Coaching / 2. Stufe

(jeweils 1/2-tägig mit jeweils 4 Teilnehmern)

In der zweiten Coachingstufe werden die zwischenzeitlich gemachten Erfahrungen der Teilnehmer besprochen und ausgewertet.

Des weiteren werden die Übungen aus Stufe 1 vertieft und weitere Übungen zur Verbesserung der persönlichen Wirkung bearbeitet.

Den Abschluss bildet ein zweiter Diagnostik-Durchgang mittels des S.C.I.L.Performance Strategie.

In welcher Form die Führungskräfte konkret in die Phasen

- Lernzielvereinbarung
- Lernerfolgskontrolle und
- Transferunterstützung

eingebunden werden, wird noch genauer festzulegen sein.

Workshop-Input

Workshop-Output

Angebot

Termine | Budget

Garantiert gute Resonanz.

Startkonzept

UpDate-Meeting
1 Tag

Analyse
7 Tage

Vertriebs-Strategieklausur
2 Tage

Pakadoo-Support
1 Tag Analyse (ist in o.g. Analyse-Position enthalten)
1 Tag Konzeption
1 Tag Präsentations-Seminar

Gesamt-Budget € 49.200,00
(davon Pakadoo: € 12.300,00)

Sowohl das Budget für die Startkonzept, wie auch für das Gesamtkonzept basiert auf den Honoraren für den Ihnen bekannten Senior-Partner der Präsentainment Group, Andreas Bornhäußer. (Tagessatz € 4.100,00)

Gesamtkonzept

Präsentations-Seminare (Stufe I)
3 x 2 Tage

Präsentations-Seminare (Stufe II)
3 x 2 Tage

S.C.I.L.Evaluationen
40 x € 198,00

Dialogmanagement-Seminare
3 x 2 Tage

Coachingstufe I
10 x ½-tägig

Video-Coachingprogramm
40 x € 540,00 (16 Videomodule à ca. 45 Minuten)

Coachingstufe II
10 x ½-tägig

Pitch-Support
4 Tage

Gesamt-Budget € 160.720,00

Pro-Kopf-Investition für beide Teilkonzepte und einen Zeitraum von 2 Jahren: € 5.248,00

Terminoptionen



Nach Prüfung der seitens des Seniorpartners Andreas Bornhauer freien Kapazitäten können wir Ihnen für die Startphase folgende Termine anbieten:

25. Februar 2015	UpDateMeeting
26. Februar 2015	Analyse Pakadoo
03. März 2015	Konzeption Pakadoo
04. März 2015	Seminar Pakadoo
05. März 2015	Analyse GB 2
07. bis 09. April 2015	Analyse GB 3,4 und 5
15. bis 16. April 2015	Analyse GB 6 und 7
27. bis 28. April 2015	Vertriebs-Strategieklausur

Die Pakadoo-Tage können selbstverständlich auch zu beliebigen der anderen v.g. Termine durchgeführt werden.

Diese Optionen halten wir Ihnen frei bis zum 06. Februar 2015. Bitte haben Sie Verständnis, dass wir sie danach ohne Ankündigung anderweitig vergeben, falls wir bis dahin keine Rückmeldung von Ihnen erhalten haben sollten.

Berlin, den 29. Januar 2015