

IN EIGENER SACHE



**Sehr geehrte
Leserinnen
und Leser,**

Auf ein Wort

Die demografische Entwicklung wird für die meisten von uns – genau wie Weihnachten jedes Jahr – überraschend an unserer Tür klopfen und uns ganz unvorbereitet aus unserer Komfortzone reißen. Das muss nicht sein. NAOS bietet Ihnen schon jetzt entsprechende Trainingsprogramme zum Thema Generationsmanagement an. Wir haben zu diesem Themenkreis ein spezielles Trainerteam zusammengestellt, das die Altersstruktur der Unternehmen widerspiegelt.

Getreu unserem Motto „Gebe nur das weiter, was du schon selbst erfolgreich durchgeführt hast“ begrüßen wir in unserem Team für das Generationsmanagement Christoph Seipp, Diplom-Logistiker (FH) als Vertreter der Millennials. Er wird die Sichtweise seiner Generation in unsere speziellen Seminare einfließen lassen. Schon jetzt führt seine Einbindung ins Team zu einem gegenseitigen Paradigmenwechsel in Bezug auf unsere Trainingsinhalte zu diesem Thema.

**Herzlichst
Ihr Detlef Persin**

Twitter

http://twitter.com/NAOS_Training

Baby-Boomers + Generation Y – Y not?

Stellen Sie sich vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels bitte die folgenden Klischees vor:

Klischee 1: Student, zwei volle akademische Abschlüsse von zwei guten Hochschulen, drei Sprachen fließend, selbstverständlich ein Jahr Auslandserfahrung, Selbstfindung und soziales Engagement, 26 Jahre alt... „Und jetzt? Karriere? Wo? Und was habe ICH davon? Was muss ich leisten?“

Was antworten Sie diesem Studenten? Was würden Sie ihm bieten? Wissen Sie, was andere ihm bieten können und wollen? Warum sollen Studenten in Ihr Unternehmen kommen und bleiben? Was machen Sie eigentlich, wenn solche jungen Arbeitskräfte in Ihrem Betrieb neu anfangen? Was machen Sie, wenn diese wieder gehen wollen? - Und das werden die meisten

tun, weil die 20-jährige Betriebszugehörigkeit für viele nicht mehr Ziel ist, sondern Horror-Vision.

Klischee 2: Unternehmen, solider Mittelstand könnte wachsen, die Aufträge wären da. Es findet aber keine Fachkräfte sondern nur Schüler, die in den Schulen teilweise so mangelhaft ausgebildet sind, dass die Unternehmen diese Defizite ausgleichen müssen, bevor Sie mit dem regulären Ausbildungsprogramm beginnen können. Wo finde ich, wen ich suche? Wie arbeite ich mit dem vorhandenen Material? Kann man die „alle vergessen“ oder steckt in ihnen Potenzial? Wie bekomme ich sie in meine Mannschaft integriert? Stellen Sie sich diese Fragen oder kennen Sie Firmen, die dies tun? Wir tun es! Diskutieren Sie mit! Von der Gewinnung und

Die Einkäufer Falle

Autor: Detlef Persin
in unserem Verkäuferalltag treffen wir immer mehr auf Einkäufer, die Kommunikationsseminare besucht haben. Nachfolgend ein beliebter Trick:

Der Verkäufer bietet 10 Stück/ Tage eines Produktes Dienstleistung für 20.000 € an.

Einkäufer: Wie ist der Preis bei einer Abnahme von 20 Stück / Tage?

Verkäufer: Da gebe ich Ihnen einen Nachlass von 10 %

Einkäufer: ...und wenn wir 40 abnehmen?

Verkäufer: Dann bekommen Sie 15%.

Jetzt weiß der Einkäufer, das Produkt/Dienstleistung ist mit einem Nachlass von 15% zu bekommen und der Anbieter verdient auch noch dabei. Er wird versuchen die 20 Stück mit 15% einzukaufen, der

Verkäufer kommt nicht mehr davon runter, da der Einkäufer ihm auch entgegen kommt und statt 10, 20 Einheiten bestellt.

Achtung!

Nachlässe nur mit einer betriebswirtschaftlichen Begründung geben. Z.B bei 40 Einheiten haben wir nur einmal Rüstzeiten für unsere Maschinen. Bei vierzig Tagen Dienstleistung rechnet sich die interne Schulung unserer Mitarbeiter besser als bei 20 Tagen. Deshalb kann ich einen Nachlass gewähren. Das gibt Spielraum für Preisverhandlungen.

Wenn der Wind der Veränderung weht, bauen die einen Mauern und die anderen Windmühlen.

Baby Boomer-Fortsetzung:

Beurteilung von Personal sowie die Ermittlung von Potentialen über Honorierung, Personal- und Organisationsentwicklung bis hin zum Austritt aus einem Unternehmen bzw. Umschulung und Weiterbildung von Menschen 50+ für neue Aufgaben im Betrieb (zum Beispiel als Berater und Coach der „jungen Wilden“) reicht unser Interesse und unser vielfältiges Management-Know-How.

Ihr

Christoph Seipp, NAOS

PS: Wenn Sie es nicht tun, erledigt es sich von selbst... jedoch an Ihnen vorbei...

„Enfants terribles“

Autor: Detlef Persin

– die schrecklichen Kinder – sind für den Arbeitsmarkt startklar. Spätestens ab 2014 wird sich die demografische Entwicklung massiv auf dem Arbeitsmarkt auswirken. Und der Arbeitskräftemangel wird besonders mittlere Unternehmen betreffen. Die neue Generation von qualifizierten Arbeitnehmern wird von den Unternehmen umworben werden. Große Konzerne starten schon heute Aktivitäten und Schulungsprogramme, um sich auch zukünftig mit den besten Bewerbern zu versorgen. Was unterscheidet diese Generation von der vorhergehenden? Bereits die derzeit 30-jährigen, verstehen die 20-jährigen „Digital Natives“ nicht mehr.

Diese Generation der Wissensar-

beiter möchte ihre Arbeit frei gestalten. Wann und an welchem Ort sie arbeiten werden sie selbst entscheiden. Der alte Spruch „Lehrjahre sind keine Herrenjahre“ zählt nicht mehr. Sie möchten ernst genommen werden, möchten die Erfahrungen der älteren Kollegen mit ihren Ideen kombinieren und werden somit ihr Bestes geben. Statussymbole und Geld motivieren diese jungen Menschen nicht unbedingt. Die Sinnhaftigkeit ihrer Arbeit und die Ethik ihres Unternehmens werden Parameter sein. Aber Achtung! Diese Generation hat auch eine eigene Vorstellung von Ethik und den Umgang mit den sozialen Medien. Es stellt sich folgende Frage: Sind die derzeitigen Führungskräfte in der Lage, diese neuen Herausforderungen zu

Ilka Wagner - Die Neue im Team



Der ein oder andere Kunde wird mich bereits kennen – oder zumindest meine Stimme! Heute möchte ich mich gerne kurz schriftlich vorstellen: Als neue Mitarbeiterin unterstütze ich seit Februar diesen Jahres die Firma NAOS im Bereich Marketing und Verkauf. Durch meine 14-jährige Konzentätigkeit bringe ich langjährige Erfahrung im Bereich Vertrieb und Marketing mit. Konzeptionelle Produkteinführungen, kreative Gestaltung, Organisation und Umsetzung von Marketingkampagnen im Online- und Printmedienbereich sowie im Verkauf und Kundenservice gehören zu meinem Erfahrungsschatz. Die ersten Monate haben mir großen Spaß gemacht und gezeigt, dass meine Kompetenzen sich gut mit den Dienstleistungen und der Philosophie von NAOS vereinbaren lassen. Das Interessante ist für mich vor allem die Tatsache, dass nicht nur Standard Trainings angeboten werden, sondern brandaktuelle, zukunftsweisende Themen erarbeitet werden, in Kooperation mit Vertriebsspezialisten, Hochschulabsolventen, kreativen Köpfen oder auch Psychologen. Unser Team besteht aus Individualisten im Alter von 26 bis 61 Jahre, die den Wissenstransfer zweier Generationen vereinen und marktreflektierende Themen für Jung und Alt generationsübergreifend umsetzen. Eine spannende Aufgabe, wie ich finde und in diesem Sinne freue ich mich auf weitere neue, interessante Projekte in Zusammenarbeit mit unseren Kunden und Partnern! Ihre Ilka Wagner

Sie erreichen mich unter der RufNr. 0641 7950336 oder per E-Mail: iw@naos-office.de.

bewältigen? Und sind sie in der Lage, die erweiterten Skills und Wertesysteme, die zukünftig von Führungskräften gefordert werden, zu erfüllen? Das Wort Führen verliert demzufolge im ureigensten Sinn immer mehr an Bedeutung – allerdings ohne die generelle Führungsautorität zu verlieren. Neue Organisationsformen von Teams müssen effektiv geleitet werden. Transparenz, Flexibilität, Die Fähigkeit zu moderieren, Gradlinigkeit, Mut, emotionale Wahrhaftigkeit und das Miteinander werden als neue Tugenden von den Führungskräften erwartet. Im Gegensatz dazu wird von den Mitarbeitern mehr Eigenverantwortung und Leitungswille verlangt. Das NAOS Team gibt Ihnen in unserer neuen Seminarreihe Antworten auf diese Themen.

Unsere Seminare „Virtuelles Führen“ machen Sie future-fit.

So gewinnen Sie einen Marken-Status

Autor: Detlef Persin

Fortsetzung: Wie begeistere ich meine Kunden?: (6. Teil) 2. und 3. Schritt

2. Schritt: Pro/Kontra-Argumente

Jeder Kunde hat eine ganz normale Skepsis gegenüber wohlklingenden Verkäuferargumenten. Arbeitet er schon länger mit Ihnen, dann etwas weniger. Sind Sie ein neuer Anbieter, dann deutlich mehr. Diese Skepsis wächst, je dominanter die Vorzüge einer neuen Lösung vorgestellt werden. In einer skeptischen Haltung könnte sich der Kunde zu sehr auf das aufspüren von versteckten Nachteilen (Wo ist der Hacken!) konzentrieren. Er filtert nun unbewusst bei zuhören und viele wertvollen Argumente gehen verloren.

Animieren Sie Ihren Kunden, sich konstruktiv kritisch und nicht nur skeptisch, mit Ihrem Angebot, dem Soll-Zustand, auseinanderzusetzen. Stellen Sie nicht nur die Vorteile vor, nennen Sie auch die möglichen Einwände und Hindernisse. Sie vermitteln dadurch den Eindruck einer größtmöglichen Objektivität und wirken glaubwürdiger.

Im Falle des Verkäufers von IT-Lösungen: Herr Kunde, natürlich bringt die Einführung eines CRM-Systems nicht nur Jubelrufe mit sich. Im Gegenteil, weil nun auch die Arbeit Ihrer Außendienstmitarbeiter transparenter wird, wird sich ein Teil der Mannschaft skeptisch dazu äußern. Es ist eine anspruchsvolle Aufgabe, eine solche Lösung im Unternehmen zu verkaufen. Sie funktioniert nur, wenn sie akzeptiert wird. Auf der anderen Seite, erfährt auch der Außendienstmitarbeiter eine Menge an Arbeitserleichterungen und kann die Effizienz seiner Arbeitsweise deutlich steigern.

3. Schritt: Aufforderung

Motivieren Sie Ihre Zuhörer zum Handeln. Senden Sie einen Appell. Herr Kunde, Sie konnten sich davon überzeugen, dass diese Lösung Ihnen echten Nutzen im Bereich der Produktivität bringt. Sie haben auch mögliche Hindernisse bei der Implementierung dieser Lösung in Ihrem Hause kennen gelernt. Sie konnten sich auch davon überzeugen, wie wir Sie dabei unterstützen, diese Lösung gewinnbringend und vor allem reibungslos einzusetzen. Lassen Sie uns nun die administrativen und logistischen Aspekte gemeinsam abklären. Tun Sie so, als wenn der Kunde überzeugt wäre und es lediglich jetzt um Dinge geht, die mit der eigentlichen Entscheidung nur noch indirekt zu tun haben. Wenn der Kunde noch nicht überzeugt ist, wird er es Ihnen sagen. Wenn er überzeugt ist und Sie

haben es noch nicht gemerkt, dann wird er es nicht unbedingt sagen. Denn je später ein Mensch eine Entscheidung treffen muss, umso erleichterter ist er.

Sie ernähren sich und Ihre Familie nicht von positiven Verhandlungsständen sondern von konkreten Abschlüssen.

Gerne stellen wir Ihnen den kompletten Artikel zur Verfügung. Einfach eine e-Mail an: training@naos-office.de.

Stimmen unserer Kunden

Verlags- und Werbestudio Busse GmbH, Gießen

...Wir danken der Firma NAOS, Gießen für das in unserem Verlag durchgeführte Unternehmensspezifische Vertriebsstraining für unsere Mediaberater.

Die von der Firma NAOS zusammengestellten Module wurden kompetent vorgetragen und vermittelt. Eine aktive Mitarbeit der Teilnehmer war durch die gute Gesprächsführung und Anleitung jederzeit gegeben. Besonders hervorheben möchten wir den engen Praxisbezug, so dass unsere Mediaberater die vermittelten Inhalte jederzeit bei ihren Kundenkontakten anwenden können.

Der Abschlussbericht gab eine für uns gute Rückkopplung aus den einzelnen Seminarinhalten und wird uns auch in Zukunft gerade im Bereich Teamarbeit als Hilfestellung dienen können

M. Zuravka, Geschäftsführer

Weitere Referenzen finden Sie auf unserer Homepage:
www.naos-office.de

Sie möchten unseren Sales Flash nicht mehr? Schade, Sie können ihn aber jederzeit unter:
abmeldung@naos-office.de abbestellen.