



EDITORIAL:

Liebe Leserinnen und Leser,

haben Sie die kommenden 345 Tage des noch jungen Jahres schon verplant? Falls nicht, so helfen wir Ihnen gerne bei dieser Herausforderung - zumindest, wenn es das Thema Weiterbildung betrifft.

Wir unterstützen Sie bei Ihrer Weiterbildungsplanung; sei es im Marketing-, Vertriebs-, Führungs-, Management-, Finanz-, Kommunikations- oder im Persönlichkeitsbereich.

Sprechen Sie uns einfach an – wir beraten Sie gerne.

Ihre
Cathrina Pflug

INHALTSVERZEICHNIS:

Emotional intelligent führen und kommunizieren Andrea Hoberg	1
-----------------------------------------------------------------	---

„Gewinnen mit Vertrauen“: Ergebnisse einer aktuellen Studie im Mittelstand Paul Maisberger	2
--------------------------------------------------------------------------------------------------	---

Seminar-Tipp des Monats	3
-------------------------	---

Seminarangebot im März 2011	3
-----------------------------	---

Impressum	3
-----------	---

Im Folgenden finden Sie aktuelle Beiträge unserer NAA-Referenten und weiterer Experten. Die NAA bietet Ihnen dazu und zu vielen weiteren Themen hochwertige Trainings und Seminare an, die Sie jeweils über den entsprechenden Link am Ende der Beiträge finden.

Emotional intelligent führen und kommunizieren – von Andrea Hoberg



Andrea Hoberg

„Gefühle gehören nicht ins Business!“ Wer kennt ihn nicht diesen Satz!? Und wer macht nicht ständig die Erfahrung, dass auch im beruflichen Alltag, bei jeder Entscheidung, die zu treffen ist, bei jeder Verhandlung, die geführt wird, Gefühle eine entscheidende Rolle spielen und Einfluss auf das Ergebnis haben?

Und es gibt erfreuliche Nachrichten. Es ist wissenschaftlich erwiesen, dass unsere Gefühle das Bindeglied zwischen Herz und Verstand sind. Das heißt allerdings nicht, die Gefühle einfach nur so raus zulassen oder zu unterdrücken, sondern sie in unterschiedlichen Führungssituationen als Wegweiser zu nutzen, um strategische und gewinnende Entscheidungen zu treffen, genauso wie respektvolle und vertrauensvolle Mitarbeitergespräche zu führen.

Ausgehend vom Status quo machen wir uns unsere Verhaltens- und Kommunikationsmuster bewusst und reflektieren unseren persönlichen Führungsstil. In diesem Zusammenhang erkennen wir, wie diese Muster entstanden sind und wie unsere Erfahrungen mit Eltern und anderen Autoritäten unsere Denk-, Fühl- und Verhaltensweisen geprägt haben und auch heute noch Einfluss auf unser Handeln und unsere Kommunikation haben. Sie erfahren, welche signalgebende Rolle unsere Gefühle dabei spielen und wie wir diese als Informationsquelle nutzen können, um alte Muster zu transformieren und neues Verhalten zu integrieren. Gleichzeitig erleben Sie, wie Sie einen Raum des Vertrauens herstellen, so dass Mitarbeitergespräche, Verhandlungen, Delegation zu den von ihnen gewünschten Ergebnissen führen.

In unserem dreitägigen verhaltensorientierten Seminar lernen Sie, wie Sie in 5 Schritten mit Ihrer Intuition in Verbindung kommen, dadurch die Qualität Ihrer Führungskompetenz erhöhen können und Spaß am Führen haben.

Am Ende der drei Tage haben Sie das Handwerkszeug, mit dem Sie Ihren Führungsalltag zukünftig für alle Beteiligten gewinnbringend gestalten können.

Lesen Sie **mehr**.

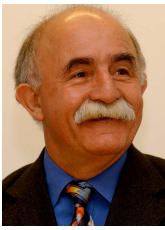
AUFGESCHNAPPT

„Ich fühle, dass Kleinigkeiten die
Summe des Lebens ausmachen.“

Charles Dickens

- engl. Erzähler, 1812-1870

„Gewinnen mit Vertrauen“: Ergebnisse einer aktuellen Studie im Mittelstand – Paul Maisberger



Paul Maisberger

Hoher Vertrauenssockel

Die Finanz- und die anschließende Wirtschaftskrise haben erheblich zu einer Erosion des Vertrauens im Wirtschaftsleben beigetragen. Dabei genießt der Mittelstand gegenüber Konzernunternehmen immer noch einen gewaltigen Vertrauensvorsprung und kann auf einem hohen Vertrauenssockel agieren. Wir wollten genauer wissen, wie stark es den Mittelstand getroffen hat und haben gemeinsam mit der IHK-Akademie München ganz aktuell die Studie „Gewinnen mit Vertrauen“ durchgeführt und

uns dabei auf die in Abb. 1 dargestellten Vertrauensfelder konzentriert.

In diesem Beitrag wollen wir Ihnen einige der zentralen Ergebnisse vorstellen und nützliche Anhaltspunkte zum Auf- und Ausbau einer Vertrauenskultur in Ihrem eigenen Unternehmen anbieten.

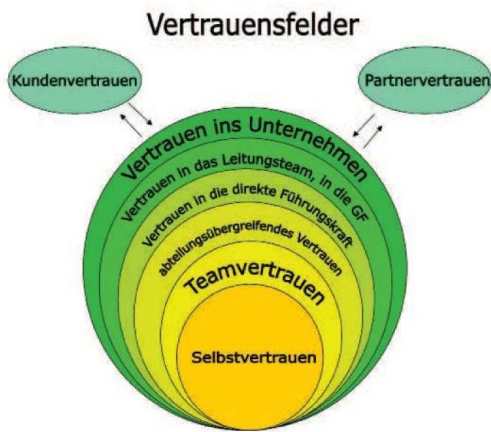


Abbildung 1: Vertrauensfelder der Studie

Das zentrale Projekt im kommenden Jahr

Sie haben sich für das kommende Jahr 2011 einiges vorgenommen: Sie wollen Umsätze und Erträge steigern, Sie wollen Wettbewerber überflügeln, Sie wollen Ihr Unternehmen zu einer einzigartigen Marke entwickeln und im Markt positionieren, Neukunden gewinnen und Stammkunden binden. Dazu müssen Ihre Mitarbeiter noch intensiver eingebunden werden als bisher. Sie erreichen diese Ziele einfach besser mit der Schaffung einer ausgeprägten Vertrauenskultur. Denn „Alles Reden nutzt nichts, wenn das Vertrauen fehlt“ (Franz Kafka).

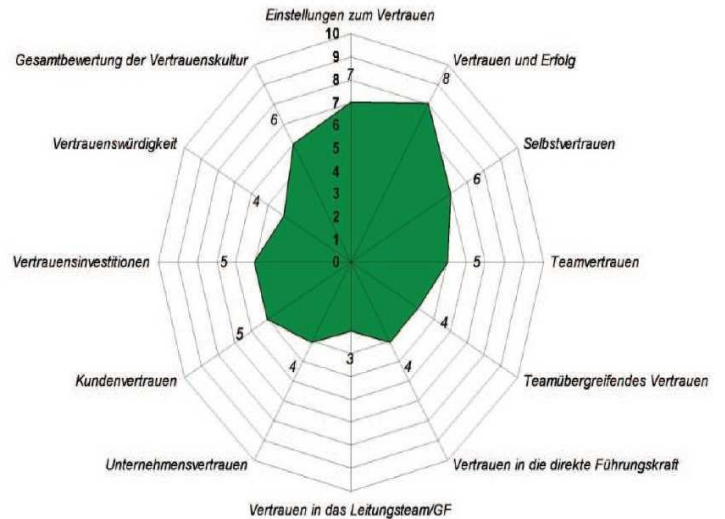
Die Hierarchien sind gefordert

Die Befragten unserer Studie sehen Vertrauen als den entscheidenden Erfolgsfaktor für wirtschaftlichen Erfolg in Unternehmen. Dementsprechend erhält die Aussage „Vertrauen schafft hohe Selbstmotivation und ein Klima zur Höchstleistung“ eine hohe Zustimmung. Gleichzeitig wird ein gesundes Selbstvertrauen, insbesondere bei neuen und herausfordernden Aufgaben als zentral wichtig eingestuft. Doch der Weg dorthin ist noch weit. Nur 35% der Mitarbeiter bewerten das Vertrauen zum Leitungsteam / zur Geschäftsführung mit sehr hoch und hoch. Bei der direkten Führungskraft sind es immerhin 60%. Hier liegen Ihre zwei wichtigsten Aufgabenfelder zum Vertrauensaufbau. Mit der in Abb. 2 gezeigten Spinne können Sie weitere Stärken und Schwächen in Ihrem Unternehmen ermitteln.

So bringen Sie Ihr Projekt zum Laufen

Mit den Abb. 3 und 4 erhalten Sie ganz konkrete Ansatzpunkte für Ihr anspruchsvolles Projekt. Natürlich können Sie diese „Checklisten“ um Ihre ganz individuellen Herausforderungen ergänzen und erweitern. Gewinnen Sie Ihre Führungskräfte für das Projekt und binden Sie dann Ihre Mitarbeiter ein. Genießen Sie Ihre Anfängererfolge und „bleiben Sie dran“.

Lassen Sie sich bei Ihrem Projekt von dem Motto „trust breeds trust“ leiten.



10 = sehr gut ausgeprägt
0 = nicht vorhanden

Abbildung 2: Vertrauensspinne

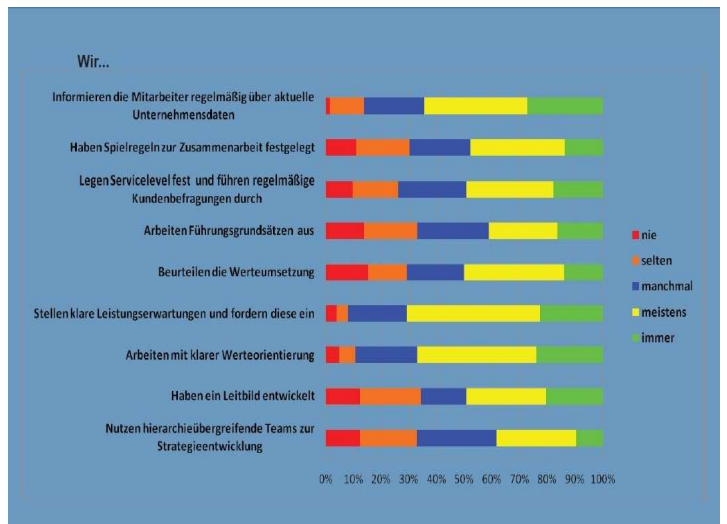


Abbildung 3: Vertrauensaufbau, -erhalt und -wiedergewinnung (I)

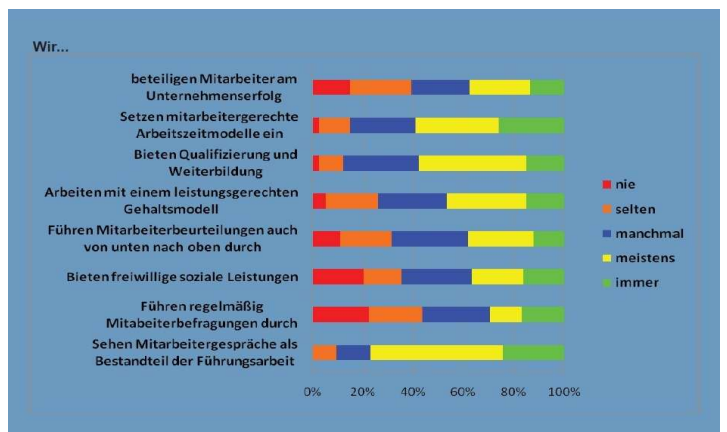


Abbildung 4: Vertrauensaufbau, -erhalt und -wiedergewinnung (II)

Die Kurzfassung der Studie können Sie sich kostenlos von unserer Website herunterladen.

Seminar-Tipps des Monats

Empfehlungsmarketing

Die Werbung für einen Stoßdämpfer, Biolimonade oder einen neuen Friseur kann noch so vielversprechend sein – wenn es darum geht, Kaufentscheidungen zu treffen, hören die meisten Menschen lieber auf jemanden, dem sie persönlich vertrauen. Die persönliche Empfehlung zählt. Begeisterung und positive Erfahrungen sind in den meisten Fällen überzeugender als jedes sachliche Verkaufsargument. Das Weitertragen von Empfehlungen lässt sich professionell betreiben – mit Empfehlungsmarketing.

Was Sie in diesem Seminar erreichen

In diesem Seminar lernen Sie die Arbeitsweise des Empfehlungsmarketings kennen, womit Sie künftig leichter Aufträge generieren. Mit professionellen Techniken werden Sie angeleitet, effiziente und umsatzsteigernde Instrumente einzusetzen und erste Maßnahmen abzuleiten. Das Training vermittelt Ihnen ein fundiertes Handwerkszeug, das Ihnen sowohl die Kundenbindung als auch die Akquise von Neukunden zum Nulltarif erleichtert.

Eine ausführliche Seminarbeschreibung finden Sie [hier](#).

Storytelling im Marketing

Was erfolgreiche Marketer, Werber und Künstler schon immer ahnten, wird heute von den Neurowissenschaftlern bestätigt: Das Gehirn speichert komplexe Informationen in Form von Geschichten ab. Wer die Ordnungsmuster kennt, denen erfolgreiche Geschichten folgen, kann das Unbewusste beeinflussen und hat daher gegenüber der Konkurrenz einen gewichtigen Wettbewerbsvorteil. Überregionale und überzeitliche Mustervorlagen, die das menschliche Verhalten steuern lassen, sind Hauptbestandteile dieses Seminars.

Was Sie in diesem Seminar erreichen

Sie werden mit Begriffen der Alltagssprache sowie Ergebnissen der modernen Hirnforschung vertraut gemacht, die für die Beeinflussung menschlichen Verhaltens von Bedeutung sind. Sie lernen neue Möglichkeiten kennen, wie sich Zielgruppen definieren und erreichen lassen. Ausgehend von klassischen Marketing- und Werbetheorien sind Sie nach dem Seminar in der Lage, traditionelle Konzepte aus einem neurowissenschaftlichen Blickwinkel auf Ihre Wirksamkeit hin zu überprüfen und durch neue Ansätze zu ergänzen. Zudem erweitert die spezielle Sichtweise auf Verhaltensmuster Ihre Menschenkenntnis.

Alle Inhalte des Seminars sehen Sie [hier](#).

Seminarangebot im März 2011

Trainer/In	Seminarthema	Datum	Ort
Dr. Bernd Scherer	Verkaufen – mit allen Sinnen	01. - 02. März 2011	Rottach-Egern am Tegernsee
Prof. Ralph Erik Hartleben	Marketing Grundlagen	01. - 03. März 2011	Rottach-Egern am Tegernsee
Wolfgang Steffen	Vertriebstraining – Grundlagen des Verkaufens	15. - 16. März 2011	Nürnberg
Wolfgang Steffen	Vertriebstraining – Verkaufs- und Abschlusstechniken	17. - 18. März 2011	Nürnberg
Dr. Raimund Wildner & Dr. Christian Jarchow	Klassische und Online-Marktforschung verstehen und erfolgreich nutzen	17. - 18. März 2011	Nürnberg
Jürgen Gietl	Praktisches Markenmanagement	21. - 23. März 2011	Heidelberg
Matthias Pöhm	Rhetorik für Führungskräfte	21. - 23. März 2011	Berlin
Annette Hentschel	Projektmanagement Grundlagen	23. - 25. März 2011	Nürnberg
Matthias Pöhm	Sicher und schlagfertig sprechen und reagieren	24. - 25. März 2011	Berlin
Ekaterina Arlt	Empfehlungsmarketing	24. - 25. März 2011	Nürnberg
Prof. Dr. Elke Theobald	Online-Marketing	24. - 25. März 2011	Frankfurt
Prof. Dr. Werner Hagstotz	CRM – Customer Relationship Management	24. - 25. März 2011	Berlin

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann rufen Sie uns an. Unter der Telefonnummer 0911.919769-0 sind wir gern für Sie da.

Weitere Seminare aus unserem aktuellen Katalog finden Sie auch unter www.naa.de.

IMPRESSUM

Herausgeber: NAA NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH

Anschrift: NAA NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH
 Erlenstegenstraße 7 | 90491 Nürnberg
 Telefon ++49.911.919769-0 | Fax ++49.911.919769-20
 E-Mail: service@naa.de | Internet: www.naa.de

Handelsregister Nürnberg HRB 11584
 V.i.S.d.P.: Dietmar Fischer, Geschäftsführer

Bankverbindung: EthikBank | Kto-Nr. 3012590 | BLZ 83094495
 Steuerangaben: USt.-IdNr.: DE 157417032 | Steuer-Nr.: 24113300406

Gestaltung, Inhalt, Layout:

NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft GmbH

Disclaimer: "Für die technische und konzeptionelle Erstellung des PDF-Newsletter sowie die redaktionellen Inhalte ist die Nürnberger Akademie für Absatzwirtschaft verantwortlich. Wir weisen darauf hin, dass es sich bei Links, die auf fremde Internet-Angebote hinweisen, um unverbindliche Empfehlungen handelt. Die NAA GmbH vermittelt über die Links lediglich den Zugang zu diesen Angeboten; sie hat keinen Einfluss auf deren Inhalte und macht sich diese Inhalte auch nicht zu eigen."

Copyright © 2011 NÜRNBERGER AKADEMIE für Absatzwirtschaft