

Workshop-Impressionen: Praktisches für Trainer und Personaler

Wissen, das Weiterbildner weiterbringt, wurde am 27. und 28. März 2009 auf dem Petersberg in Königswinter präsentiert. Der Bonner Fachverlag managerSeminare hatte Trainer und Personalentwickler zu seinem jährlichen Branchentreffen, den Petersberger Trainertagen, geladen. Vor allem in den Workshops erhielten diese Tipps für die Praxis. Training aktuell mit einem inhaltlichen Auszug aus dem Workshop-Programm.

Fotos: Lucas Heinz



„Erfolgreiche Verkäufer reden weniger als ihre Kunden“

Das schönste Bild, das Thomas Thielen (Foto) im Rahmen seines Vortrags an die Wand beamtete, zeigte ein Haus aus grauem Naturstein, umgeben von einem Rasen, so grün wie Waldmeister-Götterspeise. Was aussah wie die Herberge eines noblen britischen Clubs, ist der in Yorkshire/England angesiedelte Hauptsitz von Huthwaite International, einem auf das Thema Verkauf spezialisiertem Trainings- und Beratungsunternehmens. Zur Foto-Schau waren die Zuhörer indes nicht in den Marmorsaal gekommen. „Ich weiß, sie interessieren sich vor allem für die im Programm angekündigte Frage, welche Mythen das Verkaufstraining beherrschen“,

schätzte der Referent die Erwartungshaltung der rund 70 Teilnehmer – darunter viele Verkaufstrainer – richtig ein. Lange ließ er denn auch nicht auf einige der Ergebnisse warten, die Huthwaite laut Thielen in über 30jähriger Forschung und durch Analyse von 40.000 Kundengesprächen herausgefunden hat. Mythen unter Verkaufstrainern seien beispielsweise: 1. Offene Fragen sind besser als geschlossene. 2. Abschlusstechniken helfen immer weiter. 3. Das Wichtigste ist, vor dem Gespräch viele Fakten zu sammeln. Dass diese Glaubenssätze den Erfolg eher verhindern als ermöglichen, beweisen die Huthwaite-Untersuchungen. Diese haben ergeben: „Erfolgreiche Verkäufer reden weniger als ihre Kunden – und sie stellen ihnen mehr Fragen, als Infos zu geben.“ Die Teilnehmer nahmen's mit Interesse auf. Fazit: Mancher Trainer wird sich nach dem Vortrag gedacht haben: Wenn ich all dem gerecht werden will, muss ich mein Verkaufstraining wohl in einigen Punkten umgestalten. (svg)

„Kreativität ist zu einem Prozent Inspiration und zu 99 Prozent Transpiration“

Jens-Uwe Meyer (Foto) startete mit einem Zaubertrick: „Schreiben Sie auf das von der Bühne abgewandte Flipchart ein beliebiges Wort, und ich werde Kraft meiner Gedanken das Gleiche aufschreiben“, wies er den Freiwilligen aus dem Publikum an. Dieser hatte sich nichts einfaches einfallen lassen: „I-Phone“ lautete sein Wort. Meyer drehte sein Flipchart zum Publikum: „Das Gleiche“ stand dort in großen Lettern. Die Lacher hatte der Kreativ-Trainer damit schon einmal auf seiner Seite, aber es ging ihm nicht nur um den Jux. Das ist Kreativität, sagte er. Es gehe dabei nicht darum, Neues zu erfinden, sondern offensichtliche Lösungen zu sehen, für die alle anderen blind sind. Wie das funktioniert? Durch harte Arbeit, teilte Meyer den rund 100 Teilnehmern im Bankettsaal mit. Eine Arbeitsanleitung in sechs Schritten hatte er mitgebracht, das „Edison-Prinzip“. Schritt 1: Nach Problemen suchen. „Schauen Sie bei ihren Kunden rein“, riet er den Trainern, „und spüren Sie Probleme auf!“ Um zu zeigen, wie wichtig es ist, immer noch potenziellen Problemen Ausschau zu halten, warf Meyer einen Kurzfilm an die Wand, in dem ein unbedachter Parker von seinem Auto überrollt wird, weil er vergessen hatte, die Handbremse anzuziehen. Bei den nächsten Schritten – Denkautobahnen verlassen, Inspiration suchen, Spannung erzeugen, Ordnen und Nutzen maximieren – kamen die Gedanken bereits aus dem Publikum, Meyer moderierte nur noch. Am Ende des kollektiven Kreativprozesses standen zum einen eine ganze Reihe von Ideen wie eine Außenpolsterungen am Auto oder eine elektronische Handbremsenerinnerung und zum anderen eine Einsicht, die Meyer so formulierte: „Kreativität ist zu einem Prozent Inspiration und zu 99 Prozent Transpiration.“ (ama)

