



M2M CONSULTING

Präsenz
und/oder
Live-Online

Entwicklungs- programme

für Kommunikationsprofis im
Support, Service und Vertrieb

Kommunikation

Gesicht

Ihres Unternehmens



Mit **12** Praxisprojekten



*„lichtung.
manche meinen lechts und rinks
könne man nicht velwechsern.
werch ein illtum.“*

Ernst Jandl

INHALT

HERZLICH WILLKOMMEN BEI M2M	3
VERTRIEBSINNENDIENST Sicher, souverän und schlagfertig	6
IT-DIENSTLEISTER Stress reduzieren – Burnout verhindern	8
IT-SUPPORT Power Talk für herausfordernde Kunden	10
KEY-USER ZUR SAP-EINFÜHRUNG Argumentieren, überzeugen und gewinnen	12
ESCALATION MANAGER Der Auftritt, die Sprache, die Lösung	14
SOLUTION UND SERVICE PROVIDER Gesprächsführung für Techniker	16
REVISION Die Rolle und der Auftritt	18
AUSSENDIENST Rhetorisch überzeugen im Verkauf	20
EINKAUF Emotionale Intelligenz in harten Verhandlungen	22
SCHICHTLEITER PRODUKTION Schlagfertigkeit für die Schichtübergabe	24
ASSISTENTINNEN Persönlichkeit, Charme und Souveränität	26
LEARNING-WEEK KOMMUNIKATION Kundenorientierung für das Unternehmen	28
REFERENZEN	29
KUNDENSTIMMEN	30
DIE M2M CONSULTANTS	32



M2M CONSULTING

Herzlich
willkommen
bei M2M.



DIE MACHT DER SPRACHE

Mitarbeiter mit Kundenkontakt sind das Aushängeschild Ihres Unternehmens. Nach außen sind es genau diese Mitarbeiter, die über ihre Kommunikation dem Bild Ihres Unternehmens einen Stempel aufdrücken.

„Wie der Herr, so's G'scherr“ weiß der Volksmund und das Marketing spricht von Corporate Identity, Markenauftritt und Unternehmensimage. Dahinter verbergen sich echte Unternehmenswerte.

Doch Mitarbeiter mit Kundenkontakt sind immer wieder mit Forderungen oder Ärger konfrontiert. Sie sollen Kritik entkräften und Einwände ausräumen. Sie sollen abfedern, verhandeln und Lösungen finden. Das alles trotz Anspannung kundenorientiert und freundlich.

Das ist nicht einfach: denn das braucht Persönlichkeiten mit äußerst hoher Kommunikationskompetenz. Und vor allem erfordert das ein professionelles Rollenverständnis und die entsprechende Rollenklarheit.

In der Ihnen vorliegenden Broschüre finden Sie 12 Konzepte skizziert. Es sind Entwicklungsprogramme für diese Zielgruppen:

- Für den **Vertriebsinnendienst**, der auch in stressigen Angelegenheiten schnell helfen soll,
- für den **IT-Support**, der den Kunden immer nur dann spricht, wenn gar nichts mehr geht,
- für die **Key-User**, die in Umstellungen auch den kritischen Anwendern mit Rat und Tat zur Seite stehen sollen,
- für **Escalation-Manager** und die Mitarbeiter in der **Revision**, mit denen nie jemand gerne zu tun hat,
- sowie für **Assistentinnen**, deren Aufgabe letztlich darin besteht, Ruhe und Zuversicht auszustrahlen, gerade dann, wenn der Stress am größten ist.

Alle 12 Projekte haben wir gemeinsam mit unseren Kunden konzipiert und erfolgreich durchgeführt. Die ausgezeichneten Referenzen sprechen für sich.

Gerne beraten wir Sie und erstellen für Ihre Anforderungen ein maßgeschneidertes Angebot. Wir freuen uns auf Sie!

Herzlichst, Ihr

Ulrich Mahr
Geschäftsführender Gesellschafter



VERTRIEBSINNENDIENST

Sicher, souverän und schlagfertig

HERAUSFORDERUNG

Ein bekannter Finanzdienstleister stellt sein internes IT-System um. Bisherige Einzelprogramme werden in ein großes System integriert. Auf Seiten der Anwender im Außendienst bringt die Umstellung Unsicherheiten und Schwierigkeiten mit sich. Bei Fragen erhalten sie Unterstützung vom Vertriebsinnendienst.

Dafür werden die Mitarbeiter des Vertriebsinnendienstes geschult. Neben der fachlichen Hilfestellung sollen sie bei Ärger und Frust für Entspannung, Klarheit und Sicherheit sorgen. Die guten Ergebnisse des Außendienstes sollen durch die Systemumstellung weiter ausgebaut werden.

PROJEKT

M2M Consulting trainiert die rund 60 Innendienst-Mitarbeiter und macht sie für die herausfordernde, neue Aufgabe fit. Das Projekt ist langfristig aufgebaut und gliedert sich in vier Phasen.

Die Teamleiter haben dabei eine besonders wichtige Rolle:

1. Teamleiter-Workshop

Die Rolle des internen Coachs,

2. Basis-Workshop

„Sicher und souverän überzeugen“
für die Mitarbeiter im Service,

3. Anwendertraining

„Schlagfertigkeit und konstruktiv Grenzen setzen“
für die Mitarbeiter im Service,

4. Umsetzung am Arbeitsplatz

Die Teamleiter unterstützen die Umsetzung und geben on the job Feedback.

AUS DEN INHALTEN

- **Argumentation auf der Sachebene:**
Fakten- und Autoritätsargument, normatives Argument
- **Sprache und Gehirn:**
Analogisierendes Argument
- **Entschärfen bei Emotion und Konflikt:**
Vom Rot- zum Blauköpfchen
- **Die professionelle Rolle finden:**
Zuhören, Nachfragen und Verstehen
- **Souverän und schlagfertig:**
Grenzen setzen und konstruktiv Nein sagen
- **Stress lass nach:**
Die drei Säulen effektiver Stressreduktion
- **Spickzettel erlauben:**
Erarbeiten konkreter Formulierungen
- **Praxistraining:**
Anwendung und Nachhaltigkeit sichern



*„Die Menschen müssen leiden,
um stark zu werden, dachte ich.
Jetzt denke ich, sie müssen Freude haben,
um gut zu werden.“*

Wilhelm Humboldt



IT-DIENSTLEISTER

Stress reduzieren – Burnout verhindern

HERAUSFORDERUNG

Als Dienstleister tätig zu sein, bedeutet auch „Stress“ zu haben. Im Sinne einer professionellen Kommunikation sollte sich der Stress allerdings nicht auf den Kunden übertragen oder gar kritische Situationen aufschaukeln.

Dass gerade im Bereich der IT Stress und Burnout brisante Herausforderungen sind, zeigt sich nicht selten dann, wenn ein erster Kollege stressbedingt für längere Zeit ausfällt. Spätestens dann wissen es alle: Vorbeugung wäre die günstigere Medizin gewesen.

PROJEKT

M2M Consulting hat die Aufgabe, für die Abteilung eines IT-Konzerns ein Programm zu erarbeiten, das den Stress systematisch minimiert.

In einem ersten Schritt werden die Teammitglieder in halbstrukturierten Interviews befragt. Die Analyse wird vorgestellt, Ziele definiert und ein Programm erarbeitet.

Die Kollegen erhalten in drei Modulen gezielt Unterstützung und erarbeiten auf der Basis der gemeinsamen Erfahrungen Schritte zur Umsetzung im Arbeitsalltag.

Die Ergebnisse gehen von Einzelmaßnahmen bis hin zu Maßnahmen der Kulturveränderung im Team. Nach drei Monaten wird die Umsetzung reflektiert. Das Team kommt in Balance und gewinnt Stabilität. Schritt für Schritt gelangt es in eine neue Erfolgsspur.

AUS DEN INHALTEN

- **Stress lass nach:**
Die drei Säulen effektiver Stressreduktion
- **Stressoren kennen und differenzieren:**
Was ist veränderbar, was ist nicht veränderbar?
- **Stresssymptome erkennen:**
Frühzeitig einschreiten statt abwarten
- **Stresswissen:**
Das Stress-Leistungsverhältnis / Modernes Stressdilemma
- **Stress entsteht auch im Kopf:**
Mentale Programme zur inneren Distanz
- **Stress und Körper:**
Mit Gesundheitssport den Stress weglafen
- **Entschärfen bei Emotionen und Konflikten:**
Vom Rot- zum Blauköpfchen
- **Die professionelle Rolle finden:**
Zuhören, Nachfragen und verstehen
- **Stress im Büro kommunikabel machen:**
Praktische, sofort einsetzbare, bürotaugliche Tools

*„Lösen Sie Probleme am besten dann,
wenn sie noch ganz klein sind.“*

Axel Haitzer





IT-SUPPORT

Power Talk für herausfordernde Kunden

HERAUSFORDERUNG

Ein IT-Konzern bietet seinen Kunden bei außergewöhnlich kritischen Software-Problemen einen Service an, der auch eine direkte, persönliche Beratung vor Ort beinhaltet.

Da die Problemlagen für die Kunden häufig sehr rasch geschäftsschädigend sein können, werden schnelle Lösungen erwartet. Es kommt auch vor, dass Kunden aufbrausend reagieren, den Dienstleister verbal angreifen oder sogar drohen.

Diese Gemengelage besitzt für den Support ein erhebliches Stress- und Konfliktpotenzial. Mit Hilfe von M2M Consulting sollen messbare Verbesserungen erreicht werden.

PROJEKT

Nach einer gemeinsamen Analyse setzt M2M Consulting ein Entwicklungsprogramm auf. Es wird trainiert, wie die Kollegen mit emotional geladenen Kunden kommunizieren können, damit Lösungen möglich sind. Es wird gelernt, Angriffe und Vorwürfe konstruktiv aufzunehmen und den Kunden ggf. auf Distanz zu halten.

Das Wissen zur Kommunikation bewirkt nicht nur eine bessere Verständigung mit dem Kunden, es reduziert auch den Stress auf Seiten des Dienstleisters. Beide Seiten gewinnen.

AUS DEN INHALTEN

- **Auf schmalen Grat:**
Die richtige Rolle finden und adäquat kommunizieren
- **Verständnis für den Kunden:**
Loyalität zum eigenen Unternehmen
- **Mit Sprache Wirkung erzielen:**
Die Prinzipien des Power Talks
- **Kompliziertes einfach ausdrücken:**
Die Kraft der Bilder
- **Cool down:**
Konstruktiver Umgang mit Provokationen und Konflikten
- **Den Wind aus den Segeln nehmen:**
Sich selbst schützen und schlagfertig reagieren
- **Schwierigen Situationen gelassen begegnen:**
Stress reduzieren, Dampf ablassen und entspannen
- **Grenzen setzen und konstruktiv Nein sagen:**
Abgeben, delegieren, Zuständigkeiten positiv adressieren

*„Erfolg haben heißt:
geben, immer wieder geben;
man kann nicht verhindern,
dass es wieder zurückkommt.“*

Gottlieb Duttweiler



KEY-USER ZUR SAP-EINFÜHRUNG

Argumentieren, überzeugen und gewinnen

HERAUSFORDERUNG

Ein bekannter Optoelektronik-Konzern führt über seine fünf Sparten hinweg SAP ein. Um bei Fragen und Problemen aus der Belegschaft kompetent Auskunft zu geben, wurden intern Multiplikatoren und Key-User definiert.

Die SAP-Einführung ist einerseits eine technische Aufgabe, andererseits hängt der Erfolg auch vom Gelingen der internen Kommunikation ab. Auch besonders kritische Stimmen sollen angehört und konstruktiv aufgefangen werden.

PROJEKT

Für einen erfolgreichen Roll-out werden die Key-User in zwei Phasen trainiert:

Phase 1:

- Sicheres, souveränes und sympathisches Auftreten
- Lösungs- und zukunftsorientierte Kommunikation
- Konstruktiver Umgang mit Störfaktoren und Killerphrasen

In der Phase 2 geht es darum:

- Cool bleiben, auch bei Angriffen
- Gewinnen mit Schlagfertigkeit
- Grenzen setzen und sich durchsetzen

Im Sinne einer nachhaltigen Umsetzung werden intern Vereinbarungen getroffen, wie mit Feedback und kritischen Erfahrungen umgegangen wird.

AUS DEN INHALTEN

- **Selbstdarstellung und Auftritt:**
Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance
- **Kommunikation und ihre unterschiedlichen Botschaften:**
Sympathie aufbauen, Akzeptanz fördern
- **Die eigene Rolle kennen:**
So bleiben sie stark und authentisch
- **Prinzipien des Power Talks:**
Kraftvoll, klar und verständlich, positiv, lösungsorientiert
- **Mit Worten wirken:**
Zauberworte statt Killerphrasen
- **Mit den Schuhen des anderen:**
Sie-Perspektive und Nutzenargumentation
- **Die Kraft der Bilder:**
Mit Analogien Kompliziertes einfach ausdrücken
- **Umgang mit Einwänden:**
Cool bleiben und Kritik konstruktiv aufnehmen
- **Provokationen und Aggressionen:**
Überraschend schlagfertig

*„Service heißt, das ganze Geschäft
mit den Augen des Kunden zu sehen.“*

Axel Haitzer





ESCALATION MANAGER

Der Auftritt, die Sprache, die Lösung

HERAUSFORDERUNG

Die Support Escalation Manager eines IT-Unternehmens sind die „Feuerwehr“ des Unternehmens. Reicht der vorge-schaltete Support nicht mehr aus, erhält der Kunde eine persönliche Betreuung: Mit Hilfe entsprechender Fachkolle- gen beseitigen die Support Escalation Manager die Män- gel vor Ort beim Kunden, weltweit. Der finanzielle Schaden bleibt begrenzt, gerichtliche Auseinandersetzungen wer- den vermieden. Der Kunde wird gehalten.

Aufgrund stressbedingter Ausfälle innerhalb des Teams, wird ein gemeinsamer Lernprozess zur effektiven Konflikt- und Stressbewältigung aufgesetzt.

PROJEKT

Zur Analyse und Identifikation mit dem angedachten Kon- zept werden im ersten Schritt Einzelgespräche durchge- führt. Gemeinsam mit dem Kunden wird ein Entwicklungs- programm erarbeitet, vorgestellt und durchgeführt. Es umfasst Trainingseinheiten, Fallbesprechungen und Einzel- coachings.

Auf der Basis dieser Erfahrungen und Inputs erwächst eine reifere Teamkultur. Strukturelle Veränderungen sowie eine Verbesserung der internen Fallbesprechungen erwachsen daraus.

AUS DEN INHALTEN

- **Konfliktmanagement:**
Konflikte analysieren, Konfliktarten differenzieren
- **Konstruktive Gesprächsführung:**
Eskalationsstufen kennen, richtige Interventionen ableiten
- **Optimaler Auftritt beim Top Management des Kunden:**
Den Vorstand gewinnen
- **Sicherheit trotz Unsicherheit:**
Managementfähig bleiben auch in Konflikten
- **Stress reduzieren:**
Sensibilisierung für Stress
- **Grenzen setzen:**
Dampf ablassen und entspannen
- **Mit Sprache Wirkung erzielen:**
Die Prinzipien des Power Talks
- **Konstruktiver Umgang mit Provokationen und Konflikten:**
Sich selbst schützen und schlagfertig reagieren
- **Neue interne Teamkultur:**
Entlastungsstrategien: Vom Einzelkämpfer zum Teamplayer
- **Unterstützung im Team:**
Fälle gemeinsam konstruktiv lösen

*„Es ist nicht entscheidend, was ich sage,
sondern was der andere hört.“*

nach Paul Watzlawick





SOLUTION UND SERVICE PROVIDER

Gesprächsführung für Techniker

*„Wenn ein Deutscher eine Maschine bedient,
dann leuchten seine Augen.
Wenn er einen Menschen bedienen soll,
sträuben sich ihm die Haare.“*

Günter Rexrodt



HERAUSFORDERUNG

In einem mittelständischen Unternehmen im Bereich IT und Automation beraten 20 Ingenieure, Informatiker und Techniker ihre Kunden, wenn es darum geht, gemeinsam intelligente Lösungen zu entwickeln und zu implementieren.

M2M Consulting erhält den Auftrag, mit dieser Zielgruppe folgende Ziele zu erreichen:

- Überzeugendes Auftreten beim Kunden
- Vermeidung von Kommunikationsproblemen
- Schaffung der Basis für einen langfristigen Kundenkontakt
- Etablierung eines Feedbacksystems in der Gruppe.

PROJEKT

Gemeinsam mit dem Kunden erarbeitet M2M Consulting dazu ein Entwicklungsprogramm. Im Rahmen von standortübergreifenden Trainings werden auf der Basis konkreter Praxisbeispiele und Anliegen anspruchsvolle Gesprächssituationen trainiert.

Kommunikationsmodelle und Theorien sorgen für ein vertiefendes Verständnis. Der Umgang mit kritischen Fragen und Einwänden wird optimiert und Möglichkeiten eines positiven Beziehungsaufbaus erarbeitet.

Im Sinne der Verbindlichkeit der Umsetzung werden die neuen Erfahrungen aus der Praxis nach 6 Monaten reflektiert. Die Kernkompetenz Kommunikation der Techniker und Ingenieure ist sichtbar gestärkt, die Kunden sind noch glücklicher.

AUS DEN INHALTEN

- **Kommunikation für Techniker:**
Sender- und Empfängermodell
1 + 1 = 3 Kommunikation und Beziehungen
- **Missverständnisse vermeiden:**
4-Ohren-Modell
Motivationsstrukturen
- **Gesprächsführung:**
Haltung: Lösungs- und Zielorientierung
Problemlöseprozess, Aktives Zuhören, Fragetechniken, Ich-Botschaften, Konflikte
- **Auftreten beim Kunden – der erste Eindruck zählt:**
Körpersprache, Körperhaltung
Die Bedeutung der eigenen Rolle
- **Herausfordernde Kommunikationssituation:**
Präsentieren und Visualisieren
Sprache und Struktur
- **Feedback:**
Vorbereitung und Feedbackdurchführung
Etablierung einer Feedbackkultur



*„Das Gute, welches du anderen tust,
tust du immer auch dir selbst.“*

Leo Tolstoi



REVISION

Die Rolle und der Auftritt

HERAUSFORDERUNG

Die interne Revision eines Unternehmens stößt bei seinen Kunden immer wieder auf Widerstand. Dies wird mit einem als „ungünstig“ bezeichneten Auftritt der Kollegen gegenüber den internen Ansprechpartnern in Verbindung gebracht.

M2M Consulting wird beauftragt, dies zu analysieren und Verbesserungen einleiten.

PROJEKT

Nach einer ersten Bestandsaufnahme erhalten die Kollegen der Revision durch Einzelcoachings eine effektive Unterstützung. Besuche bei den internen Ansprechpartnern werden begleitet („Shadowing“). Die Gespräche werden in Hinblick auf die Haltung, Rolle und Gesprächstechniken gemeinsam reflektiert. Der Coach gibt im Sinne eines Abgleichs von Selbst- und Fremdbild Feedback.

Die Konflikte gehen messbar zurück, das Arbeiten wird leichter und stressfreier. Für beide Seiten ein Gewinn.

AUS DEN INHALTEN

- **Die Rolle in der Revision finden:**
Vom Kontrolleur zum Dienstleister
- **Auftritt beim internen Kunden:**
Souveränität statt Arroganz
- **Argumentation auf der Sachebene:**
Fakten- und Autoritätsargument, Normatives Argument
- **Sprache und Gehirn:**
Analogisierendes Argument
- **Entschärfen bei Emotionen und Konflikten:**
Vom Rot- zum Blauköpfchen
- **Souverän und schlagfertig:**
Grenzen setzen und konstruktiv Nein sagen
- **Stress lass nach:**
Die drei Säulen effektiver Stressreduktion
- **Konfliktmanagement:**
Konflikte analysieren, Konflikttypen kennen
- **Gesprächsführung:**
Gespräche gezielt deeskalieren
- **Mit Sprache Wirkung erzielen:**
Die Prinzipien des Power Talk
- **Praxistraining:**
Anwendung und Nachhaltigkeit sichern



„Nur Begeisterung hilft über die Klippen hinweg,
die alle Weisheit der Erde nicht zu umschiffen vermag.“

Karl Gutzkow



AUSSENDIENST

Rhetorisch überzeugen im Verkauf

HERAUSFORDERUNG

Für den Außendienst sind rhetorische Fähigkeiten ein unentbehrliches Rüstzeug. Er repräsentiert das Unternehmen, seine Produkte und seine Dienstleistungen. Der Außendienst soll nicht nur informieren, er soll überzeugen und begeistern.

Anlässlich einer Produkteinführung will ein pharmazeutisches Unternehmen seine Pharmareferenten nach vorne bringen.

M2M Consulting erhält den Auftrag für die Konzeption und Durchführung der Trainingsreihen sowie für Coachings der jeweiligen Teamleiter.

PROJEKT

Gemeinsam mit den Pharmareferenten werden in den Trainings zu den neuen Produkten überzeugende Formulierungen erarbeitet. Zusätzlich werden Antworten auf kritische Fragen und Einwände formuliert. Aus den Sammlungen wird ein One-Pager erstellt, der flächendeckend allen Pharmareferenten zur Verfügung gestellt wird.

AUS DEN INHALTEN

- **Rhetorik und Gehirn:**
Gehirngerechte Sprache
Die Kraft der Bilder, Metaphern und Symbole
Sprachphilosophische Erkenntnisse
- **Rhetorik der Worte:**
Verbotene Wörter: Zauber – statt Killerworte
Ich statt man, bekannt statt unbekannt
Nutzen Sie Strukturierungssignale
- **Rhetorik bedeutet Wirkungssprache:**
Konkret statt abstrakt
Drücken Sie es in Zahlen aus
Rechnen Sie Vorteile in Geld um
- **Rhetorik des Dialogs:**
Wirksame Fragetechniken
Die Skalierungsfrage
Todsünden des Dialogs
- **Rhetorik und Emotionen:**
Persönliche Erfahrungen nutzen
Den Einwand als Steilvorlage zur Werbeminute
Wie Sie bildhafte Vergleiche finden
- **Die Haltung macht's:**
Positive Ausdrucksweise: Benennen, was geht
Lösungs- und zukunftsorientierte Sprache
Durch die Sie-Perspektive Wichtigkeit und Wertigkeit vermitteln
- **Rhetorik und Argumentation:**
Fakten-, Autoritäts- und Normatives Argument
Nutzenargumentation: Vorteile für den Kunden
3er-Schritt: Merkmal – Nutzen – Vorteil
- **Praxistraining:**
Anwendung und Nachhaltigkeit sichern



EINKAUF

Emotionale Intelligenz in harten Verhandlungen

HERAUSFORDERUNG

Einkäufer sollen cool, berechnend und hart sein. Sie sollen keine Schwächen zeigen und auf jeden Fall gewinnen. Wie soll zu diesen Erwartungen die emotionale Intelligenz passen?

Hervorragend! Denn Emotionale Intelligenz (EQ) ist nichts für Weicheier. Emotionale Intelligenz bedeutet, sich selbst motivieren zu können, sich in andere hineinversetzen und mit seinen Gefühlen adäquat umgehen können.

Dies ist jedenfalls die Überzeugung des Einkaufsleiters eines chemisch-pharmazeutischen Unternehmens. Und er beauftragte M2M Consulting, mit seinen Einkäufern ein Programm zur Steigerung ihres EQs durchzuführen.

PROJEKT

Die Einkäufer durchlaufen ein Trainingsprogramm, das ihnen auf der Basis ihrer Erfahrungen eine kritische Reflektion eines überholten Rollenverständnisses anbietet.

Inputs aus der Gehirnforschung und Psychologie regen zur Diskussion und persönlichen Auseinandersetzung an. Schwierige Gespräche werden reflektiert, herausfordernde Verhandlungssituationen simuliert. Über das kollegiale Coaching erhalten die Einkäufer Feedback und lernen die Ansätze und Erfahrungen ihrer Kollegen kennen.

AUS DEN INHALTEN

- **Auseinandersetzung: Rollenverständnis als Einkäufer:**
Preiskampf vs. Beziehungspflege / Siegeswille vs. Empathie
Reflexion zum Ziel des Einkaufs / Win-Win-Situationen
- **Der persönliche EQ:**
Die eigenen Emotionen kennen, verstehen und steuern
Zugänge zur Selbstmotivation
- **Flexibel, fair und im Dialog:**
Erarbeitung von kreativen Lösungen in der Einkaufsverhandlung
Welchen Rahmen braucht Beweglichkeit
- **Tools zur Verhandlungsführung:**
Verhandlungsstrategien und -techniken
Verhandlungsvorbereitung, -führung und -nachbereitung
- **Argumentationstechniken:**
Sachargument, Autoritätsargument, Normatives Argument
Überzeugen im Dialog: Der Fünfsatz
- **Gehirn und Emotion:**
Analogisierendes Argument
Umgang mit Manipulationen
- **Mit Sprache Wirkung erzielen:**
Die Prinzipien des Power Talk
Verbale und nonverbale Sprache
- **EQ-Training:**
Bearbeitung herausfordernder Verhandlungssituationen
Vertiefung des individuellen Verhandlungsgeschicks

*„Allzu großes Misstrauen ist ebenso schädlich,
wie allzu großes Vertrauen.*

*Wer das Risiko, hintergangen zu werden,
nicht auf sich nehmen will,
wird es im Leben nicht allzu weit bringen.“*

Luc de Clapiers





SCHICHTLEITER PRODUKTION

Schlagfertigkeit für die Schichtübergabe

HERAUSFORDERUNG

Im 3-Schichtbetrieb der Produktion eines Pharmakonzerns gibt es Unzufriedenheit. Die Schichtübergaben laufen nicht zufriedenstellend, auch nach oben hin macht sich Unmut breit.

M2M Consulting erhält den Auftrag, wirksame Techniken zu vermitteln, um in Teambesprechungen und insbesondere auch in der Schichtübergabe den richtigen Ton zu treffen und die Schärfe rauszunehmen.

Darüber hinaus wird erarbeitet, wie man wirksam geäußerten Frustrationen begegnet und souverän und sicher bleibt. Stress soll reduziert und unnötige Aggressionen vermieden werden.

PROJEKT

Das Projekt hat vier Ansätze:

- 1. Erlernen von Schlagfertigkeitstechniken:**
Transformation unsachlicher Äußerungen
Konstruktiv Grenzen setzen bei Überschreitungen
- 2. Gesprächsführung:**
Schichtübergabe strukturieren
Gemeinsame Vereinbarungen zur Schichtübergabe
- 3. Stärkung des Selbstbewusstseins:**
Meinung vertreten und Ansagen machen
Stärkere Vernetzung und Rückgrat für die Schichtleiter
- 4. Sammlung von Anforderungen an die Führung:**
Konstruktiver Austausch
Erarbeitung gemeinsamer Lösungen

AUS DEN INHALTEN

- **Schlagfertigkeitstechniken:**
Chancen und Risiken der Schlagfertigkeit
Humor als gezielte Möglichkeit Botschaften zu senden
Irrtümer und Voraussetzungen zur Schlagfertigkeit
- **Training geeigneter Schlagfertigkeitstechniken:**
Überraschende / übertriebene Zustimmung / Ablenkung
Geht immer: Rückfragetechnik
Etikettivorwürfe mit Umdeutungen kontern
Gerade-weil-Technik
Zurechtrücken: Pauschalvorwürfe zur Werbeminute
- **Gesprächsführung in der Schichtübergabe:**
Regeln, Struktur, Rollen, Setting
Reduktion von Ärger und Stress
- **Moderation:**
Gemeinsame Vereinbarungen für die Schichtübergabe
Anforderungen an die Führung
- **Praxistraining:**
Wie Sie unfaire Angriffe erkennen und abwehren
Anwendung und Nachhaltigkeit sichern



*„Es genügt nicht,
dass man zur Sache spricht.
Man muss zu den Menschen sprechen.“*

Stanislaw Jerzy Lec



ASSISTENTINNEN

Persönlichkeit, Charme und Souveränität



HERAUSFORDERUNG

Die Assistentinnen der Betriebsbüros innerhalb der Produktion eines Chemieunternehmens sollen gezielt unterstützt werden. Ihre Aufgaben sind vielfältig und anspruchsvoll: Sie sollen angemessene Umgangsformen beherrschen, ein positives Erscheinungsbild haben und ebenso Fähigkeiten zum Small Talk wie auch zur intelligenten Gesprächsführung. Das alles inmitten einer stressigen und hemdsärmeligen Männerwelt.

PROJEKT

M2M Consulting entwickelt ein 3-teiliges Entwicklungsprogramm, das die Assistentinnen in ihrer Persönlichkeit und Ausstrahlung stärkt. Ob am Telefon, im persönlichen oder schriftlichen Kontakt: Sie nutzen eine service- und lösungsorientierte Sprache, sind selbstbewusst und zeigen sich charmant und kundenorientiert. Sie überzeugen bereits mit dem ersten Eindruck.

Die beruflichen Kontakte werden einfacher und stressfreier. Auf diese Weise ebnen sie sich selbst, aber auch ihrem Vorgesetzten und ihrem Team den Weg zum Erfolg.

Für die Assistentinnen bietet das Programm eine gute Gelegenheit sich miteinander zu vernetzen. Nach Abschluss des Programms treffen sie sich selbstorganisiert für einen regelmäßigen Austausch. Das stärkt die berufliche Identität und stärkt den Rücken.

AUS DEN INHALTEN

- **Der erste Eindruck:**
Die 10 größten Fettnäpfchen
10 Merkmale für sicheres und souveränes Auftreten
- **Professionelle Authentizität:**
Anforderungen an die berufliche Rolle
- **Knigge einmal anders:**
Kommunikativ, Nützlich, Initiativ, Gastfreundlich, Gewissenhaft, Emotional
- **Die Bedeutung von Körpersprache, Stimme und Haltung:**
Eisbergmodell
Praxisübung „Walk with grace and glory“
- **Dress for Success:**
Der Dresscode im Beruf
Signale senden und verstehen
- **Mit Stil und Takt durch einen Business-Tag:**
Start in den Tag
Grüßen und Begrüßen
Umgang mit gestressten Männern
Texte für E-Mails und am Telefon
Kunden empfangen
Vorstellen und Anrede
Kunden durch das Unternehmen führen
Mit Kunden zu Tisch: Von A wie Alkohol bis Z wie Zahnstocher

- **Interkulturelle Kompetenz:**
Mit Menschen anderer Kulturkreise erfolgreich agieren
Wie Sie ‚Fettnäpfchen‘ vermeiden
Die wichtigsten Regeln im geschäftlichen Alltag mit ausländischen Gästen
Unterschiede zwischen verschiedenen Kulturen/Kulturmodelle
Umgangsformen weltweit im Überblick
Email-Knigge International
- **Die Kunst des Smalltalks:**
Beginnen und beenden
Geeignete und weniger geeignete Themen
- **Peinliche Situationen souverän meistern:**
Wie komme ich aus dem Fettnäpfchen
- **Unangenehme Mitteilungen und schwierige Themen:**
Kommunikationsstrategien erarbeiten
Wahrnehmung – Wunsch – Wirkung
Praktische Übung an Alltagsbeispielen
- **Feedback:**
Johari-Fenster
Blinde Flecken verkleinern
Stärken stärken
- **Praxistraining:**
Anwendung und Nachhaltigkeit sichern



LEARNING-WEEK KOMMUNIKATION

Kundenorientierung für das Unternehmen

HERAUSFORDERUNG

Das Chemieunternehmen möchte einen gezielten Akzent in Richtung kundenorientierter Kommunikation setzen. Für die gesamte Belegschaft wird eine Learning-Week zum Thema ausgerufen.

PROJEKT

M2M Consulting konzipiert zum Thema „Kundenorientierte Kommunikation“ 10 Kurz-Workshops, die innerhalb der Learning-Week jeweils mehrfach durchgeführt werden. Die Workshop-Teilnehmer erhalten prägnante Kurz-Inputs und setzen die gewonnenen Erkenntnisse direkt in kurzen Praxis-übungen um.

Zusätzlich wird das Thema im Rahmen der Learning-Week durch Keynotes und intensive Kommunikation der unternehmensinternen Medien befeuert.



„Ich habe kein Marketing gemacht. Ich habe immer nur meine Kunden geliebt.“

Zino Davidoff

DIE 10 WORKSHOP-ANGEBOTE

Die Brille des Kunden: Die gewinn- und nutzenorientierte Argumentation

- Die Motive des Gesprächspartners ansprechen
- Den Kunden mit der Sie-Perspektive in den Mittelpunkt
- 2er- und 3er-Schritte: Merkmal – Nutzen – Vorteil

Kundenorientierte Dramaturgie – Lernen von Hitchcock

- Raus aus der langweiligen Kommunikation
- So bekommen Sie Dramaturgie und einen Spannungsbogen
- Einübung wichtiger Techniken: „Suspense“ und „Tension“

Kundentypen analysieren und erkennen

- Wie typische Kunden ticken und wie Sie sie erreichen
- Daran erkennen Sie die unterschiedlichen Kundentypen
- So begegnen Sie den dahinter steckenden Bedürfnissen

Der kundenorientierte Dialog: Fragen und bewegen

- Warum Fragen Aufmerksamkeit und Aktivierung hervorrufen
- Fragen und dialogische Techniken: z.B. die Skalierungsfrage
- Dramaturgische und rhetorische Aspekte

Wenn Worte Tore schießen: Kundenorientierte E-Mails und Telefonate

- Die Visitenkarte des Unternehmens
- Der erste Eindruck hat keine zweite Chance
- Professionelle Haltung und lösungsorientiertes Sprechen

Erkenntnisse des Gehirnforschung für kundenorientierte Kommunikation

- Nutzen Sie Erkenntnisse aus dem Neuromarketing
- So ticken Menschen und so nehmen sie Informationen auf
- Kriterien der Neurokommunikation, praktische Ableitungen

Schlagfertigkeit und Kundenorientierung – geht das?

- So wehren Sie Einwände und Angriffe gekonnt ab
- Training konstruktiver, humorvoller Schlagfertigkeitstechniken
- Reflexe automatisieren, auch im Stress schlagfertig bleiben

Kundenorientierung interkulturell

- Die wichtigsten Kulturmerkmale und Unterschiede
- Unausgesprochene Grundannahmen versch. Kulturkreise
- Fettnäpfchen, Missverständnisse vermeiden, Sympathien gewinnen

Sich auf unterschiedliche Kundentypen rasch einstellen

- Was Kunden wollen und wie Sie diesen Bedürfnissen begegnen
- Anwendung in Bezug auf Ihre Sprache und Strukturen
- So helfen Ihnen Small Talk, Emotionen und Beziehung

Kundenorientierung mit Emotionaler Intelligenz

- Die emotionale Ebenen aktivieren und Kreativität anzapfen
- Gehirn und Sprache: Die Unwiderstehlichkeit der Bilder
- Abstrakte Inhalte gehirngerecht übersetzen

Referenzen. Unsere Kunden.



KUNDENSTIMMEN

„Es war eine große Herausforderung für mein Team, bestehend aus ‚Techis‘, sich dem Thema Persönlichkeitsentwicklung zu stellen. Mit M2M konnten wir den idealen Partner gewinnen, um das Thema zu positionieren. Das Konzept, die sensible Durchführung und Moderation, gepaart mit inspirierenden Gruppenarbeiten und Diskussionen haben zu einer einzigartigen Erfahrung und einem hervorragenden Lernprozess geführt: Die Zusammenarbeit der Mitarbeiter hat sich positiv und nachhaltig verändert!“

Markus Pukallus, Senior Manager, Quality Governance & Production, **SAP AG, Walldorf**

„Wir erarbeiteten gemeinsam mit M2M unser Führungsentwicklungsprogramm, das nun ein wichtiger und vor allem nachhaltiger Bestandteil bei der Umsetzung unserer Werte darstellt. Die Zusammenarbeit mit den Teams von M2M bringt den gewünschten Erfolg und ist für unsere Führungskräfte ein Angebot, das sie äußerst gerne und mit Freude nutzen. ‚Das Programm hat mir sehr viel gebracht, ich gehe an Mitarbeitergespräche anders heran und sehe meine Führungsrolle klarer‘, sagte mir einer der Teilnehmer.“

Jürgen Trefzer, CEO, **A. Raymond GmbH & Co. KG, Lörrach**

„Der Workshop ist immer noch in aller Munde und wird auch weiterhin für Gesprächsstoff sorgen – ein echter Erfolg!“

Cathrin Buchholz, Office Manager M&A, AP&Q, Taxes **Software AG, Darmstadt**

„Seit 3 Jahren finden in der Medienthek Kurzworkshops unter dem Namen ‚Lern-Espresso‘ statt. Die Teilnehmer nehmen in kurzer Zeit viele Informationen, Anregungen und Impulse zu unterschiedlichen Kommunikationsthemen mit. Die M2M Consultants tragen sehr dazu bei, dem Namen ‚Lern-Espresso‘ alle Ehre zu machen: kurz, stark, wirksam!“

Maria Krauskopf, HR Labor Employability, Apprenticeships and Education, **Medienthek Merck KGaA, Darmstadt**

„Potenzial-Assessments sind für viele Teilnehmer zunächst angstbesetzt. Am Ende sind jedoch alle – Beobachter wie auch die Teilnehmer – inspiriert und motiviert. Auch für unseren Managementnachwuchs sind die Seminare mit M2M jedes Mal ein Schlüsselerlebnis. In einem Satz: M2M Consulting agiert professionell, kompetent und kundenorientiert – vom Briefing bis zur Nachbereitung.“

Kathrin Petersen, Leitung Konzern-Personalentwicklung, **Mediengruppe Madsack**

„Der erste UCB Gesundheitstag war ein voller Erfolg. Vielen Dank an das Team von M2M Consulting, das durch seinen Einsatz und sein Engagement zu einem erfolgreichen Gelingen unseres Gesundheitstages beigetragen hat.“

Sonja Agatter, Human Resources Germany, **UCB Pharma GmbH, Monheim**



M2M CONSULTING

M2M SENIOR CONSULTANTS

Persönlichkeit trifft
Kompetenz.



Ulrich Mahr
Geschäftsführender Gesellschafter



Alexa Babington



Dieter Barth



Bernhard Broekman



Barbara Lehmann



Michael Martinek



Christin Nierlich



Kirstin Röper-Gurzawski



Ulrike Schmalzridt



Ulrike Stahl



Hildegard Strothjohann



Sabine Voltz



Katrin Wagner

HIER SIND WIR MITGLIED.



*„manchmal kommt mir jemand entgegen
und lächelt mir zu.
da weiß ich, dass ich voll freude bin.
auf meinem gesicht hat
jemand ein leuchten gesehen
und hat selbst zu leuchten begonnen,
auf mich hin.“*

Ernst Jandl



M2M CONSULTING



M2M CONSULTING

Taunusstraße 7

D - 76275 Ettlingen

tel +49 7243 766 77 - 0

fax +49 7243 766 77 - 19

info@m2m-consulting.de

www.m2m-consulting.de

