

### Selbst initiativ werden

„Ich glaube, dass in Zukunft die Menschen die größten Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben, die bereit sind, über den Tellerrand zu blicken, und die Verantwortung für ihre eigenen Weiterbildungen selbst in die Hand nehmen“, urteilt der freie Motivations- und Verkaufstrainer Dirk Schmidt. Vermehrt sind es tatsächlich die Arbeitnehmer, die sich eigeninitiativ um Weiterbildung bemühen und dann auch sehr konkret formulieren können, was sie von einem Seminar erwarten. Sinnvoll ist es in einem solchen Fall, den eigenen Arbeitgeber in die Bildungs- und

damit letztlich Karrierepläne einzubeziehen, selbst wenn dieser nicht bereit ist, die damit verbundenen Kosten zu übernehmen. Schweigen sollte der Mitarbeiter einzig dann, wenn er sich mit seiner Weiterbildungsmaßnahme deutlich von seiner bisherigen Tätigkeit weg qualifiziert, aber selbst den Zeitpunkt bestimmen möchte, zu dem er den Tätigkeitsbereich (und damit meist auch den Arbeitgeber) wechselt. Von solchen Ausnahmefällen abgesehen, stößt Eigeninitiative meist auf Anerkennung und Respekt, und selbst wo das Budget oder andere betriebliche Zwänge keine finanzielle Förderung dieser Bemü-

hungen zulassen, mag zumindest eine Freistellung, zum Beispiel nach dem im jeweiligen Bundesland geltenden Bildungsurlaubsgesetz, möglich sein. Anno Stockem, Geschäftsführer der Hamburger Aka-

demie für Fernstudien weiß: „Alle Arbeitgeber interessiert, ob eine bestimmte fachliche Qualifikation nachweislich erfolgt ist. Dabei spielt das Abschlusszeugnis oder Zertifikat eine große Rolle.“ ■



Seminare zur Kommunikation und Körpersprache sind beliebt und finden im Berufsalltag direkte Anwendung Quelle: ddp

## Was wird in den Seminaren gelehrt?

**Verkaufsseminare können je nach Trainingsangebot in Rubriken eingeteilt werden, die es erleichtern, ein auf die Bedürfnisse des Unternehmens und der Mitarbeiter zugeschnittenes Angebot zu finden:**

### Externe Kommunikation

Hier wird das Gespräch mit dem Kunden trainiert. Unter diese Kategorie fallen Seminare für die optimale Verkaufspräsentation ebenso wie solche, bei denen der telefonische Kundenkontakt geübt wird. Inhaltlich werden solche Seminare für unterschiedliche Gesprächssituationen, vom Erstkontakt über das Akquise- bis zum Reklamationsgespräch angeboten.

### Interne Kommunikation

Die Seminare zur internen Kommunikation im Vertrieb richten sich fast ausschließlich an Führungskräfte im Vertrieb und haben Mitarbeiterführung und Motivation zum Thema. In diese Kategorie fällt auch die abteilungsübergreifende Kommunikation. In Unternehmen, die mit hoher Fluktuation auf der ausführenden Ebene zu kämpfen haben, können solche Seminare dazu beitragen, Problemstellen bewusst zu machen.

### Vertriebsorganisation

Organisation und Kommunikation hängen eng zusammen: Organisatorische Mängel behindern eine reibungslose Kommunikation und führen zu Missverständnissen, Informationslücken und letztlich zu unzufriedenen Kunden. Auch die Seminare zur Vertriebsorganisation richten sich an Führungskräfte im Vertrieb. Besonders Unternehmen mit über Jahrzehnte gewachsenen Organisationsstrukturen profitieren von dem vermittelten Know-how.

## „Verkaufsseminare: Die Trainer sollten praxisnahe Verkaufserfahrung besitzen“



**Der freie Motivations- und Verkaufstrainer Dirk Schmidt ([www.dirkschmidt.com](http://www.dirkschmidt.com)) hat sich mit uns über die Wahl des richtigen Seminars und den praktischen Wert spezieller Qualifikationen unterhalten.**

**myjob** Woran kann ein Aspirant im Vorhinein ein

**inhaltlich und didaktisch geeignetes Seminar erkennen?**

**Dirk Schmidt** Der Seminaranbieter sollte eine genaue inhaltliche Beschreibung der behandelten Themen und der verwendeten Methoden liefern. Auch Informationen über den Referenten sind wichtig, zum Beispiel Erfahrungen, Referenzen, Methoden, seine fachliche Ausbildung etc.

**myjob** Welche Qualifikationen sollten gute Trainer und Dozenten besitzen?

**Dirk Schmidt** Welche Qualifikationen ein guter Trainer besitzen sollte, kommt natürlich sehr stark auf das Thema an. Ich würde mir als Seminarteilnehmer bei dem Besuch eines Verkaufsseminars schon wünschen, dass der Trainer selbst Verkaufserfahrung in der Praxis gesammelt hat, und entsprechende Referenzen vorweisen kann. Ein guter Trainer sollte authentisch sein, Praxiserfahrung aufweisen, eine fundier-

te Trainerausbildung haben und sich selbst regelmäßig weiterbilden. Dazu ein Zitat: „Der Unterschied zwischen Theorie und Praxis ist in der Praxis viel größer als in der Theorie.“

**myjob** Wie lässt sich das Preis-Leistungs-Verhältnis eines Seminars beurteilen? Was darf ein Seminar kosten?

**Dirk Schmidt** Das Preis-Leistungs-Verhältnis eines Seminars lässt sich nur schwer beurteilen. Verschiedene Seminaranbieter bieten ein Tagesseminar für wenige Euro an und bei anderen kostet so ein Tagesseminar mehrere tausend Euro. Ich kann das teuerste Seminar besuchen und nichts in der Praxis umsetzen und anwenden (umgekehrt natürlich auch), obwohl genügend praxisbezogene Beispiele, Übungen, Methoden und Strategien vom Trainer vorgestellt worden sind. Die Verantwortung liegt bei mir selbst, ob und wie ich ins Handeln und Umsetzen komme. Deshalb ist das Preis-Leistungs-Verhältnis sehr schwer zu messen. Die Fragen, die ich mir als Seminarteilnehmer vorher stellen sollte, sind: Was möchte ich als Teilnehmer mit meinem Seminarbesuch erreichen? Was würde ich gerne verändern oder lernen?

**myjob** Ist es sinnvoll, wenn ein Angestellter, dessen Arbeitgeber die Kosten für ein Seminar nicht übernimmt, sich auf eigene Kosten – zum Wohle seines Arbeitgebers – weiterbildet?

**Dirk Schmidt** In erster Linie sehe ich Weiterbildungsmaßnahmen, wenn sie nicht fachbezogen sind, immer als Investition in die eigene Zukunft an. Daher ist es auch in erster Linie immer zu meinem Wohle, wenn ich die Kosten eines Seminars aus eigener Tasche bezahle.