



Weiterbildung im Unternehmen: Stärkung von Kompetenz führt zu mehr Erfolg

Schön flexibel bleiben

Märkte und Gewohnheiten von Konsumenten ändern sich sprunghaft. Die Kommunikations- und Vertriebstrainerin Brigitte Köhler aus Graben-Neudorf setzt deshalb auf eine stetige Lernbereitschaft von Unternehmen und Mitarbeitern.

Tagtäglich hat man als Verbraucher die Qual der Wahl: Zigtausend Marken und Dienstleistungen drängeln sich am Markt, alle ähnlich, alle austauschbar. „Marketing-Strategen beschäftigen sich deshalb krampfhaft mit eindeutiger Positionierung und wie sie ihr Unternehmen als unverwechselbare Marke etablieren können, denn die Kunden von heute sind wechselwillig“, berichtet Brigitte Köhler. Als Kommunikations- und Vertriebstrainerin für

freundlich ist oder nichts über die Marketingziele der Geschäftsleitung weiß: Kunden könnten wegbleiben, kostbares Kaufpotenzial unwiederbringlich verloren gehen. Ausgestattet mit dem notwendigen Wissen kann ein Mitarbeiter zur Höchstform auflaufen. „Wenn ein Kunde spürt, dass seine Bedürfnisse servicebewusst aufgenommen werden, kehrt er immer wieder zurück“, versichert Köhler.

Produkte verkaufen sich am besten, wenn sie für den Kunden ein Problem lösen. Dies setzt die Kompetenz voraus, Bedürfnisse und Motive des anderen zu identifizieren. Viele Angestellte fühlen sich jedoch allein gelassen wenn es darum geht, ein teuer erscheinendes Produkt verkaufen zu müssen, komplexe Leistungen verständlich darzustellen oder Qualität zu kommunizieren. „Mit meiner Arbeit muss ich herausfinden, was der Mitarbeiter braucht, um besser zu werden, was er wissen muss, um sich souverän und kompetent zu fühlen und welche Argumente man ihm an die Hand geben muss, damit er einen Interessenten

zum treuen Kunden machen kann“, sagt Köhler.

Auch Mitarbeiter prägen das Erscheinungsbild eines Unternehmens

Mitarbeiter beeinflussen mit ihrem Auftreten indirekt das Unternehmensimage. Neben der Chefetage sind dies Personen mit Kundenkontakt und repräsentativen Aufgaben: der Mitarbeiter am Empfang, die Sekretärin, der Außendienstmitarbeiter, das Team am Telefon und am Messestand. Alle sollten zu einem einheitlichen Unternehmensbild beitragen. „Stetige Weiterentwicklung ist dafür ein Erfolgsfaktor. Zurzeit geht nichts schneller als Veränderungen im Markt, im Unternehmen oder beim Kunden“, warnt Köhler. Die Herausforderung: Mitarbeiter darauf einstellen, ihre Stärken zu erkennen, Verbesserungspotenziale aufzeigen und festigen. Qualifizierte Mitarbeiter seien die wertvollste Ressource des 21. Jahrhunderts, so Köhler weiter.

Im Business stärken regelmäßige Schulungen den Erfolg des Unternehmens und des Mitarbeiters. „Für mich bedeutet Lernen ein Stück Zukunft“, erläutert die Unternehmensberaterin. Gerade in der internen Weiterbildung könne sie Impulse geben und den Mitarbeitern zeigen, wie sie sich die nötige Kompetenz aneignen können, um sich auf bekannte Sachverhalte neu einzulassen und dabei ihr ureigenes Potenzial auszubauen. Angebotsschwerpunkte sind Verkaufs- und Verhandlungstechnik, Kommunikations- und Einarbeitungsprogramme sowie individuelles Coaching. „Ich war gerne und oft an der Vertriebsfront im gegnerischen Terrain und eines ist für mich klar: Die Zeiten bleiben turbulent und die Kunden auch“, resümiert Köhler. ◆

Gudrun Schwab



Trainerin Köhler:
„Bei gutem Service kehren Kunden immer wieder zurück“

erklärungsbedürftige Produkte weiß sie, was Unternehmen und Marken vorantreibt. Im Verkaufsprozess geht es darum, dem Kunden das zu geben, was er braucht, damit er das Unternehmen in guter Erinnerung behält. Schlecht, wenn ein Mitarbeiter un-

B | KÖHLER
BUSINESS KOMPETENZ

BRIGITTE KÖHLER
BUSINESS KOMPETENZ TRAINING
Kinzigstraße 2 · 76676 Graben-Neudorf
Telefon 07225 713830
www.brigittekoehler.de