



Ausgabe 01 / Dezember 2009

CONSULTER

INDEX:

Die richtige Vertriebsstrategie	2
Jugend fördern & fordern	
Helga Steiner interviewt	3
Mag. Eva Rath	
Seminario Toscana	4
Seminare	6
Seminarhotel - Tipp	
Buchtipps	7
Steiner Partner	8

IMPRESSUM:

STEINER Consulting • Helga Steiner
Dorfstraße 9 • 2802 Hochwolkersdorf
Telefonnummer: 02645 8770
www.steinersconsulting.at

Redaktion & Konzeption:
Mag. Elke Kersch-Hasenbichler

Fotografie & Grafik: holoubek

Unserem qualifizierten Netzwerk gehören Trainer und Berater mit hoher fachlicher, methodischer und sozialer Kompetenz an. Gemeinsam verwirklichen wir ganzheitliche Lösungen und begleiten Sie auf Ihrem Weg zum Erfolg. STEINER Consulting kooperiert mit renommierten Organisationen im In- und Ausland.



Die richtige Vertriebsstrategie ein MUSS für Unternehmen

Das Thema „Vertriebsstrategie“ ist aufgrund von veränderten Marktsituationen in Unternehmen nicht mehr wegzudenken. Die Globalisierung, mehrere bzw. viele Mitbewerber und eine Informations- und Mediengesellschaft haben somit neue Spielregeln für den Vertrieb geschaffen.

Um eine erfolgreiche Vertriebsstrategie entwickeln zu können, muss man sich im Unternehmen zahlreichen Fragen und deren Antworten stellen. Das Unternehmen muss realistisch dargestellt und die gewünschten Entwicklungsmöglichkeiten herauskristallisiert werden. Hilfreiche Methoden, wie die bekannte und sehr bewährte Stärken/Schwächen/Chancen/Risiken-Analyse (SWOT) sind

notwendig um die Analyse ausführlich und zielgerichtet durchführen zu können. Einen wesentlichen Beitrag kann auch die Art, wie man den Markt bearbeitet und bearbeiten möchte, leisten. Hier gibt es drei Formen: aktive Marktbearbeitung, passive Marktbearbeitung und schlussendlich die Kombination dieser beiden. Bei der **aktiven Marktbearbeitung** ist die Grundlage die Definition der Zielgruppen. Für diese Zielgruppen entwickelt man dementsprechende Angebote und schafft beim Kunden ein Bedürfnis. Wie das Wort passiv schon sagt, reagiert das Unternehmen bei der **passiven Marktbearbeitung** auf Kundenanfragen und wird selbst nicht aktiv. Bei einer **aktiv/passiven Marktbearbeitung** werden bei Kundenanfragen

noch zusätzlich Angebote offeriert. Was macht eine gute Vertriebsstrategie aus? Die Positionierung am Markt, eine Fokussierung auf bestimmte Themen & Märkte, die Konzentration auf bestimmte Kundengruppen, die Sichtweise den Vertrieb als Prozess zu sehen, die Entwicklung der Rolle des reinen Produktverkäufers zum Lösungsverkäufer und schließlich die Vereinfachung von kundenbezogenen Prozessen und eine klare eindeutige Sprache in der Kommunikation werden von Prof. Christian Gündling, Professor für Strategisches Marketing an der Fachhochschule Oldenburg/Ostfriesland/Wilhelmshaven, als Merkmale angeführt.

Jugend fördern & fordern



Die Wirtschaftskrise und die direkten Auswirkungen auf die Unternehmen haben es im Jahr 2009 vielen Schülern erschwert einen geeigneten Praktikumsplatz zu finden.

Jedoch ist die Jugend auch im Berufsalltag die Zukunft und gerade deshalb ist es sehr wichtig den Auszubildenden einen Einblick in die Tagesabläufe zu geben. Die Anwendung der Theorie in die Praxis hat primären Stellenwert. Um dem Motto „Jugend fördern & fordern“ gerecht zu werden, gab es im Sommer 2009 bei STEINER Consulting erstmals ein Praktikum als kaufmännische Ange-

stellte. Frau Katja Gallei besucht die Höhere Lehranstalt für Produktmanagement und Präsentation in Mödling und konnte somit im Juli Ihre Kenntnisse bei der Erstellung von Präsentationen, Reports, Statistiken & Analysen bei STEINER Consulting einbringen und verstärken. www.steinerconsulting.at



Helga Steiner interviewt Mag. Eva Rath, eine Partnerin von STEINER Consulting



Frau Rath, Sie kommen ursprünglich aus der Telekombranche und sind nun als Unternehmensberaterin, Trainerin und Coach tätig. Wie kam es dazu? Ich war längere Zeit auf der Suche nach dem richtigen Beruf, der mir auch Freude macht. In der Beratung von Organisationen, Teams und Menschen habe ich dieses Aufgabenfeld gefunden.

Was sind die Schwerpunkte Ihrer Beratungstätigkeit? Die Vielfalt und Abwechslung spielt für mich dabei eine große Rolle. Unternehmen berate ich bei der Einführung von Personalentwicklungsmaßnahmen und bei der Professionalisierung von Projektmanagement. In Supervision und Teamentwicklungsprozessen begleite ich Teams zu ihren konkreten Anliegen und Zielsetzungen. Mit Coaching richte ich mich an Einzelpersonen, die ihre unterschiedlichen Rollen in Berufs-, Organisations- und Privatwelt erfolgreich gestalten und integrieren wollen. Und last but not least leite ich Seminare im Bereich der sozialen und persönlichen Kompetenzen.

Zu dem letztgenannten Arbeitsfeld zählt auch das Thema Stressbewältigung im Berufsalltag. Worauf legen Sie im Rahmen eines Seminars zu diesem Thema besonderen Wert? Bei dem Thema Umgang mit Stress oder neuerdings sehr oft mit Work-Life-Balance betitelt kommt es aus meiner Sicht in einem ersten Schritt darauf an, die TeilnehmerInnen dazu zu motivieren, sich mit ihren ganz persönlichen Stressfaktoren, Stressreaktionen und bisherigen Lösungsversuchen auseinanderzusetzen. Um dann erst in weiteren Schritten neue, alternative Bewältigungsstrategien zu erarbeiten.

Meinen Sie damit, dass jeder Mensch etwas anderes unter Stress versteht? In gewisser Weise ja. Heutzutage ist das Wort Stress in aller Munde und es wird davon ausgegangen, dass Zuhörer wissen wovon die Rede ist. Andererseits stresst jeden von uns Unterschiedliches. Der eine fühlt sich gestresst, wenn er zuviel Zeitdruck hat, wiederum der andere braucht diesen oder einen anderen Druck für gute Leistung und empfindet Unterforderung und Langeweile als Stress.

Wo setzen Sie dann in Ihrem Seminar an, wenn den TeilnehmerInnen ihre persönlichen Stressfaktoren bekannt sind? Wir erarbeiten gemeinsam ein Stressmodell, das den TeilnehmerInnen ganz konkret aufzeigt, auf welchen Ebenen und wie sich ihr ganz persönlicher Stress auswirkt. Manche Menschen finden diesen Schritt zuerst einmal unnötig, weil sie ja im Seminar sind, um zu lernen, was sie anders machen können, um mit ihrem Stress optimal umzugehen. Nach

dem ersten Tag erkennen die TeilnehmerInnen meist, den Sinn der Sache. Denn erst wenn sie ihre Stressfaktoren und ihre Reaktionen darauf wahrnehmen und sich diese bewusst machen, können sie in weiteren Schritten herausfinden, welche Alternativen sie zur Stressbewältigung haben.

Welche Methoden kommen zum Einsatz? Neben Theorieinputs und Reflexion im Plenum zu den relevanten Themen lege ich vor allem Wert auf praxisbezogene Einzel- und Gruppenarbeiten. Das heißt, dass die TeilnehmerInnen an ihren eigenen konkreten Beispielen aus dem Berufsalltag trainieren. Dazu kommen Entspannungs- und Bewegungsübungen sowie Übungen zur Achtsamkeit.

Nun haben unterschiedliche Menschen unterschiedliche Erwartungen im Hinblick auf das Seminar. Wie gehen Sie damit um? Ich frage üblicherweise vorher oder am Anfang eines Seminars die Erwartungen der TeilnehmerInnen ab, um dadurch noch spezifischer im Seminar darauf eingehen zu können. Gleichzeitig kommt es auch vor, dass es Erwartungen gibt, die im Rahmen eines Stressmanagementseminars nicht erfüllt werden können. Darauf weise ich zu Beginn des Seminars hin, um sicherzugehen, dass die TeilnehmerInnen zufrieden nachhause gehen.

Vielen Dank für das Gespräch.

SEMINAR
„Stressfrei durch den Alltag“
von 21. bis 23. Jänner 2010

SEMINARIO TOSCANA

Helga Steiner empfiehlt

Villa Palagione und ihr Hausberg Monte Voltraio befinden sich ca. 7 Kilometer östlich vor den Toren der Stadt Volterra. Schon von weitem sichtbar ragt der Berg Monte Voltraio aus der malerischen Naturlandschaft hervor. An seiner südöstlichen Flanke liegt in exponierter Lage der Gebäudekomplex Villa Palagione.
www.villa-palagione.com



Seminare



„Wer rastet, der rostet“ – eine oft viel zitierte Weisheit, die nicht nur im privaten Bereich, sondern auch sehr gut im beruflichen Alltag Anklang findet. Durch ständige Weiterbildung schafft man neue Perspektiven und kann den Anforderungen in der Arbeits-

welt gestärkt entgegen treten. Man überwindet Betriebsblindheit durch ergänzende, klare Sichtweisen von Außen und beherrscht die Qualifikation für die eigene Branche und den eigenen Markt. Den gewünschten Erfolg erreicht man leichter mit dem Mot-

to „Wer lernt, der führt“! Die Seminare mit Top-Inhalten garantieren neben einem unternehmensexternen Umfeld und durch Seminarteilnehmer aus den verschiedensten Branchen absolute Praxisrelevanz und Umsetzbarkeit im eigenen Unternehmen!

STEINER Consulting bietet in den nächsten Monaten folgende Seminare an:

Datum & Ort	Inhalt	Zielgruppe
21. - 23. Jänner 2010 - Baden	Stressfrei durch den Alltag	Jeder der seinen Alltag Stressfrei gestalten will
10. und 11. Februar 2010 - Baden	NICHT ärgern - Umgang mit schwierigen Kunden und Situationen	Vertriebsinnendienst, Sales Service
9. und 10. März 2010 - Baden	Der verkaufstaktive Innendienst - Der schnellste Weg Stammkunden zu betreuen und Neukunden zu gewinnen	Vertriebsinnendienst, Sales Service

Anmeldungen unter www.steinerconsulting.at oder 02645 8770

Seminarhotel-Tipp

In Kirchschatz in der Buckligen Welt im Süden von Wien befindet sich das Hotel Post-Hönig, das sich nicht nur aufgrund der Lage, sondern auch durch drei Seminarräume inkl. der notwendigen Konferenztechnik bestens für unternehmensexterne Veranstaltungen – wie Strategiegespräche oder Fortbildungen – eignet. Ein ruhiger Innenhof lädt zur Entspannung ein und der Seminartag kann mit einer Weinverkostung als Abendprogramm gebührend abgeschlossen werden. Natürlich wird für das Wohl der Gäste sowohl kulinarisch als auch durch eine persönliche Seminarbetreuung gesorgt.



Ausgezeichnet mit dem „Goldenen Flipchart“ für NÖ! www.hotel-post-hoenig.at

Wissenswertes

Buchtipps „Vertriebsarbeit leicht gemacht“ Die besten Strategiewerkzeuge, Checklisten und Lösungsmuster

Über Ihren Erfolg als Führungskraft im Vertrieb entscheidet nicht nur, ob Sie die optimalen Vertriebsstrategien kennen. Sie brauchen auch die geeigneten Werkzeuge, um diese Strategien in der Praxis umzusetzen.

In „Vertriebsarbeit leicht gemacht“ liefern Ihnen Hartmut H. Biesel und seine Mitautorinnen Helga Steiner, Bernhard Frese und Martin Meier einen kompletten Werkzeugkasten, mit dem Sie die Anforderungen im Vertrieb schneller und effizienter bewältigen. Sie erhalten leicht nachvollziehbare Anleitungen für die folgenden zentralen Aufgabengebiete:

- Innen- und Außendienststeuerung
- Top-Kunden-Management
- Führen mit Zielvereinbarungen
- Projektmanagement
- Markt- und Kundenkommunikation
- Marketingmanagement

Und als Plus: die interaktive CD-ROM. Mit Ihrer Hilfe lassen sich individuelle Lösungen schrittweise erarbeiten, wie zum Beispiel:

- Welcher Kunde ist für mein Unternehmen attraktiv?
- Welchen Ertragsbeitrag liefern Kunden über mehrere Geschäftsperioden?
- Wie hoch sind die Außendienstkosten je Besuch?

Dieses Buch bietet Ihnen hilfreiche Leitfäden und Checklisten für Ihre tägliche Vertriebsarbeit.



Hartmut H. Biesel

Vertriebsarbeit leicht gemacht

Die besten Strategiewerkzeuge, Checklisten und Lösungsmuster

Mit CD-ROM



holoubek photographiegraphik



Wenige Unternehmungen, die mit großer Mühe und hohem Risiko verbunden sind, würden durchgeführt, wenn wir nicht die Vorteile, die sie abwerfen, überschätzten. *Samuel Johnson*

Wahre Worte, die meiner Zusammenarbeit mit Helga Steiner zugrunde liegen. www.holoubek.at