



Ausgabe 01 / Jänner 2010

CONSULTER

INDEX:

Vertrieb 2010	2
Ein Fallbeispiel	3
Helga Steiner interviewt	4 - 5
Freizeitipp	6 - 7
Offene Seminare	8
Fortbildung & Finanzkrise	
Seminarhighlights	9
Seminarhotel - Tipp	10
Wissensmanagement	
Buchtip	11
Partner/Internes	12

IMPRESSUM:

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

Redaktion & Konzeption:
Mag. Elke Kersch-Hasenbichler

Fotografie & Grafik: holoubek

Die anerkannte Qualität der Leistungen von STEINER Consulting beruhen auf dem Fachwissen der Berater & Trainer. Es sind Experten mit theoretischem Hintergrund und praktischem Wissen. Unterschiedliche Ansätze und Modelle fließen in die Arbeit ein und fördern so den kreativen und konstruktiven Gedankenaustausch.



Worauf man im Vertrieb 2010 besonders achten sollte!

Das Argument „zu teuer“ wird immer wieder bei Verhandlungen eingesetzt. Ein Schwerpunkt im Vertrieb sollte daher das Thema „Preisverhandlungen“ sein.

Gerade die Wirtschaftskrise bietet vielen Unternehmen und Kunden bei Verhandlungen ein Argument um die Preise zu reduzieren. Jedoch will gelernt sein „Totschlagargumen-

te“ wie diese verbal korrekt behandeln und in die gewünschte Richtung leiten zu können. Man muss sich bewusst sein, dass eine ausgezeichnete Leistung und eine TOP-Qualität der Produkte eines Unternehmens einen dementsprechenden Preis rechtfertigen. Die richtige Preisnennung in Gesprächen bedarf guter Vorbereitung und kann dementspre-

chend professionell und erfolgswirksam kommuniziert werden.

STEINER Consulting bietet aus diesem Anlass das firmeninterne Seminar „Voller Überzeugung Preisverhandlungen führen“ an. Je nach Bedarf & Teamgröße kann die Dauer des Seminars individuell angepasst werden.

10 Tipps zur treffenden Preisnennung

1	Zeigen Sie Freude am Preisgespräch. Sie überraschen den Kunden positiv.
2	Zeigen Sie, dass der Preis für Sie etwas völlig Selbstverständliches ist. Damit wirken Sie überzeugend und erwecken Vertrauen durch Souveränität.
3	Legen Sie einen Rechner (ein Symbol) auf den Tisch, direkt ins Blickfeld des Kunden. Das suggeriert eine hieb- und stichfeste Kalkulation von Preisen und Vorteilen.
4	Keine rhetorischen Pausen vor oder nach dem Preis. So vermeiden Sie negative Echoeffekte im Preis-Ohr des Kunden.
5	Nennen Sie den Preis für die kleinste (vernünftige) Einheit. Damit nehmen Sie dem Preis seine „gefährliche“ Größe.
6	Kleiden Sie den Preis in eine rhetorisch geschickte Sprache. Das lässt ihn angenehmer „schmecken“. Vermeiden Sie das Wort „Kosten“.
7	Nutzen Sie (zum Beispiel als Exportverkäufer) den Währungsvorteil der kleineren Zahl. Bei kleineren Zahlen kommt weniger Schreckreaktion auf.
8	Kombinieren Sie den Preis in einem Paket. Da kann der Kunde zusammenstreichen, ohne Sie im Kern zu treffen.
9	Packen Sie den Preis in ein Sandwich aus Vorteilen und Nutzen für den Kunden. Das stellt den Preis ins zweite Glied und reduziert seine Wichtigkeit.
10	Nutzen Sie die optische Überzeugung. Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte. So begreift der Kunde seinen Vorteil einfacher und direkter.

Quelle: Erich-Norbert Detroy: Sich durchsetzen in Preisgesprächen und Preisverhandlungen, 2009

Ein Fallbeispiel

Optimierung der Vertriebsaußendienstmannschaft & Weiterentwicklung der Marktpotenziale

„Der Mitbewerber investiert enorm und gewinnt dadurch an Stärke. Die gesamte Branche leidet und das wirkt sich aufs eigene Unternehmen aus.“ Dies waren Diskussions- und Tagespunkte in einem Vertriebsmeeting. Notwendig & sinnvoll war es an dieser Stelle sich von EXTERN Unterstützung zu holen.

Helga Steiner von STEINER Consulting wurde mit dem oben genannten Sachverhalt zu

Rate gezogen, und ist folgend vorgegangen: Zuerst gab es ein **Strategiegespräch** mit dem Managementteam über konkrete Ziele der einzelnen Verkaufsgebiete und Vertriebsmitarbeiter. Um die richtige Maßnahme zu finden, wurde eine **Analyse** unumgänglich. Daher wurden gemeinsam mit den Vertriebsmitarbeitern **Stärken-Schwächen-Profil**, **Mitbewerberanalysen** und **Ziele** festgelegt. Kundenentwicklungspläne

und Marktbearbeitungsstrategien wurden ergänzend hinzugefügt. Aufgrund der Ergebnisse entwickelte STEINER Consulting einen dementsprechenden **Maßnahmenkatalog**. Dem Management wurden die Inhalte präsentiert, es wurde diskutiert und schließlich je Verkaufsgebiet und pro Mitarbeiter die Ziele konkretisiert und die weiteren Schritte definiert. Natürlich gab es eine laufende **Umsetzungsbegleitung**.

BERATUNGSABLAUF BEI STEINER CONSULTING

1	Strategiegespräch mit dem Managementteam
2	Strategieworkshop mit dem Managementteam und dem Vertriebsteam
3	Begleitung der einzelnen Vertriebsmitarbeiter
4	Ergebnisaufarbeitung durch Fr. Steiner
5	Ergebnisbesprechung mit dem Managementteam
6	Maßnahmenplanung und Umsetzungsbegleitung

DAS ERGEBNIS der Zusammenarbeit

Das Unternehmen konnte im ersten Jahr den Umsatz halten und im zweiten Betreuungsjahr eine Steigerung erzielen.
Im ersten Jahr wurde die Kundenbetreuung durch den Außen- und Innendienst im Stammkundenbereich ausgebaut & gestärkt. In Cross Selling wurde stark investiert. Diese Maßnahmen garantierten einen gleich bleibenden Umsatz & Ertrag.
Im zweiten Jahr wurden Neukunden gewonnen und dies bedeutete eine Steigerung des Umsatzes.
Parallel wurde eine Werbestrategie inkl. Aktivitätenplan entwickelt.

Helga Steiner interviewt

Dr. Silvie Leeb, eine Partnerin von STEINER Consulting



Helga Steiner: Es freut mich heute sehr die Geschäftsführerin von Coop Consulting Frau Dr. Silvie Leeb als Interviewpartnerin begrüßen zu dürfen. Silvie Leeb, Sie haben jahrelange Erfahrung in der Entwicklung von touristischen Projekten sowie in der Entwicklung von EU-Regionalprojekten. Wie sind Sie im Laufe Ihrer Berufslaufbahn schließlich beim Thema „Wissensmanagement“ angelangt?

Dr. Silvie Leeb: Meine Projektarbeiten ha-

ben mich immer wieder zum wichtigsten Erfolgsfaktor für Unternehmen geführt, nämlich den engagierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Wirtschaftlicher Erfolg braucht zwei Säulen: ein begehrtes Produkt bzw. Dienstleistung und gut ausgebildete MitarbeiterInnen. Eine gute fachliche und persönlichkeitsbezogene Ausbildung muss im Unternehmen auch den entsprechenden Stellenwert und Einsatz finden. Die Beratungsleistungen „Management von Aus-

und Weiterbildung im Unternehmen“ und „Einsatz von Instrumenten des Bildungscontrollings und –managements“ wurden in den letzten Jahren immer bedeutender. Der nächste logische Schritt war es nun, das gesamte Wissen und die Erfahrungen im Unternehmen gezielt zu managen.

In Zeiten von „Web 2.0“ findet man eine Flut von Informationen im Netz. Welche Problematik und welche Chancen sehen

Sie da gerade für das Wissensmanagement?

Um immer einen Schritt vor den Mitbewerbern zu sein, benötigen wir möglichst rasch Antworten auf Fragen und Lösungen für Problemstellungen. Bei allgemeinen Fragestellungen kann ich mich auf bewährte Quellen im Web beziehen, aber was mache ich bei unternehmensspezifischen Fragen? Fragen die sich auf unseren speziellen Kundenstock beziehen, unser spezielles Produkt, unsere Serviceleistung betreffen? Dafür kann und muss sich jedes Unternehmen Strukturen schaffen, um möglichst rasch zu zielführenden Antworten und Problemlösungen zu kommen.

Wie kommen Unternehmen zu diesen Strukturen:

Beim Strukturaufbau zum Managen von unternehmensbezogenem Spezialwissen biete ich mit meiner Firma Beratungsunterstützung an. Wir arbeiten in den Unternehmen mit einem speziell ausgewählten Wissensteam, bestehend aus den Wissensträgern sowie potentiellen Wissensempfängern. Konkret werden sogenannte Wissenstandems gebildet. Diese bestehen aus einem erfahrenen und einem jungem Mitarbeiter. Der erfahrene MA gibt seinen erworbenen Wissensschatz gezielt weiter und der junge MA bringt seine Ausbildungs-Neuheiten oder Erfahrungen aus anderen Unternehmen ein.

Welche Methoden werden beim Aufbau von Wissensmanagement angewendet?

Mensch – Organisation – Technik. Auf diesen 3 Säulen basiert ein Strukturaufbau zur Wissensweitergabe. Der MA ist sowohl Wissensvermittler als auch Empfänger und bildet Basis einer Unternehmenskultur, die einen kontinuierlichen Wissensfluss unterstützt. Innerhalb der Organisation werden Methoden für Wissenserwerb, Wissensspeicherung

und Wissenstransfer entwickelt. Als Technik setzen wir neueste Informations- und Kommunikations-Technologien ein und garantieren damit flexibles Wissensmanagement.

Wie würden Sie den Nutzen für Unternehmen definieren?

Der Nutzen für die Unternehmen mit guter Struktur zur Wissens- und Informationsweitergabe liegt in einer realen Zeitersparnis und den Gewinn von Kostenvorteilen. Der Aufwand für Wissenssuche wird messbar geringer und das „Rad wird nicht ständig neu erfunden“. Vorhandenes Wissen wird besser genutzt. Die interne und externe Kommunikation verbessert sich deutlich. Die Projektarbeit läuft schneller ab und die Kooperation in Teams verbessert sich, indem aktuelles Wissen strukturiert und greifbarer wird.

Worin liegt der Mehrwert im „Informationen managen“?

Alle stöhnen unter der Flut von Informationen. Wie wir es zum Beispiel alle mit dem täglichen Emaileingang erleben. Beim Managen von Informationen geht es darum, zu entscheiden, welche Informationen welche Adressaten für ihre Entscheidungen benötigen. Die Information muss so aufbereitet sein, dass sie für den Adressaten von Nutzen ist. Auch der Zugriff auf relevante Informationen muss für jeden gewährleistet sein.

Welche „Symptome“ oder anders ausgedrückt „Warnsignale“ muss es in einem Unternehmen geben, die zeigen, dass Ihre Leistungen im Bereich Wissensmanagement in Anspruch genommen werden sollten?

Mit einer kurzen Unternehmensanalyse lässt sich darstellen, wo die zeitlichen Irrwege das heißt Zeitverluste in der Informationsfindung liegen und damit Effizienzverluste vorhanden sind, die wir in kurzer Zeit unternehmensintern beseitigen können.

Mehr Wirtschaftlichkeit durch gesteuerte und strukturierte Wissensweitergabe, dazu ein Beispiel: ein Produktionsunternehmen in NÖ bekommt aus seiner Tochterfirma in Deutschland neue Maschinen. Mitarbeiter aus Deutschland kommen für 2 Wochen zur Einschulung. Nach dieser scheinbar erfolgreichen Einschulung zeigen sich bei den Mitarbeitern in NÖ Wissenslücken, nochmals müssen die Deutschen eingeflogen werden. Hätte ich primär die Deutschen vorab gelehrt, ihr Wissen gezielt weiterzugeben sowie den Niederösterreichern gelehrt, gezielt Fragen zu stellen, hätte ich die zweite Anreise mit Reisekosten und Arbeitsausfall in Deutschland vermieden.

„Gelerntes und Erprobtes zu Ihrem Gewinn machen!“ – führen Sie als Ihr Motto an. Können Sie unseren Lesern dies in ein paar Sätzen näher bringen?

Nachhaltige Erfolge für meine beratenen Unternehmen zu erreichen ist die Latte, die ich mir selbst lege und wofür mir das Echo meiner beratenen Unternehmen wichtig ist. Ohne nun gezielt auf mein Alter hinzuweisen, bin ich doch stolz auf meine vielfältigen Berufsjahre bei ORF, Österreich Werbung und im Regionalmanagement sowie seit 10 Jahren in der Selbstständigkeit. Vieles hat sich bei diesen Tätigkeiten bewährt, das habe ich für Sie mitgenommen und aktualisiere es durch laufende fachliche Weiterbildung.

Ich danke für das ausführliche und offene Gespräch!

www.coop-consulting.net



Helga STEINER & CORSO Reisen empfehlen

Sensationelle Rundreisen in Norwegen mit Flügen non stop von Wien nach Bodo.

Der Norden Europas wird als Reiseziel immer beliebter. Im Besonderen wird Norwegen aufgrund seiner außergewöhnlich schönen Landschaften immer mehr nachgefragt. In den Sommermonaten 2010 bietet CORSO Reisen attraktive, geführte Rundreisen und organisierte Mietwagentouren in das Land der Fjorde und der Mitternachtssonne zu sehr günstigen Preisen an. Besonders angenehm sind die langen, sonnigen Sommertage und ein angenehmes Klima (20 – 22 Grad) im nördlichen Teil des Landes.

Die Norweger selbst gelten als sehr freundliches, immer hilfsbereites und sprachgewandtes Volk. An diesen Orten ist der Begriff „Natur pur“ Wahrheit. Ausgedehnte, ruhige Wälder, tiefe Fjorde mit glasklarem Wasser, malerische Inseln und vom Wind sanft geformte Bergzüge wechseln sich ab. In den kleinen Dörfern am Meer mit den bunten Häusern und guten Restaurants fühlt man sich bei einem guten Fischessen, norwegischem Bier und einem unverwechselbaren Aquavit ausgesprochen wohl.

Weitere empfehlenswerte Rundreisen:

- Nordland und die Wunderwelt Fjorde
- Lofoten und Vesteralen
- Von Fjordnorwegen ins Nordland
- Glanzlichter Lapplands
- Nordkap und Lofoten
- Lofoten und Lappland

Regina Vierlinger, CORSO Reisen, Mödling
Tel: 02236-25900
regina.vierlinger@cprsp.at
www.corso.at



Seminare



Die offenen Seminare bei STEINER Consulting • Anmeldungen unter www.steinerconsulting.at oder 02645 8770

Datum & Ort	Inhalt	Zielgruppe
9. und 10. März 2010 - Baden	Der verkaufsaktive Innendienst - Der schnellste Weg Stammkunden zu betreuen und Neukunden zu gewinnen	Vertriebsinnendienst, Sales Service
19. und 20. April 2010 - Baden	Präsentationstechnik: Auf den Punkt gebracht mit erfolgreicher Präsentationstechnik - jede Minute richtig nutzen!	Alle
8. und 9. Juni 2010 - Baden	Frei und überzeugend sprechen - Gesprächs- und Rhetoriktraining	Alle

Diese Seminare werden natürlich auch firmenintern angeboten. Der Vorteil der offenen Seminare liegt jedoch darin, dass Personen aus

unterschiedlichen Branchen daran teilnehmen und dadurch ihre Erfahrungen & Sichtweisen miteinbringen & austauschen können.

Die detaillierten Kursinhalte & Informationen finden Sie unter www.steinerconsulting.at

Fortbildung und Finanzkrise Ein Muss und die Chance für jedes Unternehmen!

Durch Fachwissen und Kompetenz werden die Kernkompetenzen der Unternehmen gestärkt und die Tatsache, dass Mitarbeiter bereit sind als je zuvor gemeinsam Bildungspläne umzusetzen, vergrößert die Chance am Markt für das Unternehmen. Laut einer forsa-Studie (2008) denken über ein Drittel (36 Prozent) der 20- bis 60-Jährigen seit Beginn der Wirtschaftskrise verstärkt über eine

berufliche Weiterbildung nach. (Quelle: www.fernstudium-rundschau.de) Fortbildung, Weiterbildung – diese Schlagworte dürfen für Unternehmen keine Fremdwörter sein, wenn sie Erfolg haben wollen. Gibt es einen schriftlichen Bildungsplan im Unternehmen, werden laut jetzigen Förderbestimmungen in ganz Österreich folgende Personen gefördert:

- ArbeitnehmerInnen ab 45 Jahre
- Frauen mit höchstens Lehrausbildung oder mittlerer Schule
- WiedereinsteigerInnen
- ArbeitnehmerInnen unter 45 Jahre im Rahmen von Productive Ageing-Konzepten in Qualifizierungsverbänden

Weitere Informationen:

STEINER Consulting - 02645 8770

LINKTIPP: www.ams.at/sfu/14183.html

Seminarhighlights

Der verkaufsaktive Innendienst – jetzt die Chance für jedes Unternehmen

Der schnellste Weg Stammkunden zu betreuen und neue Kunden zu gewinnen.



Nach einem Besuch dieses Seminars ist der Innendienst jedes Unternehmens in der Lage

- Potenziale und Ressourcen optimal einzusetzen und zu nutzen
- die Aufgabenbereiche klar zu definieren
- mehr Umsätze durch einen aktiven Innendienst zu erreichen
- zusätzliche Kunden/Stammkunden zu gewinnen
- Kooperation mit dem Außendienst zu verbessern
- ein motiviertes Team zu bilden
- die Unternehmensziele bestmöglich umzusetzen
- die Kundenbeziehung auszubauen
- Kosten einzusparen

Wie war's? Das sagen begeisterte TeilnehmerInnen

Besonders TOP empfand ich das Übungs-Telefongespräch mit Tonbandaufzeichnung – das Feedback war extrem hilfreich – Auch komisch die eigene Stimme zu hören!

Ich habe gelernt klare Aussagen zu machen!

Ich werde in Zukunft sicher manche Aussagen und Ereignisse abprallen lassen und dabei den Kunden anlächeln. Einfach ruhig bleiben!

Interessante Methoden und Anregungen im Umgang mit Kunden

Danke – tolles Seminar!

Auf den Punkt gebracht mit erfolgreicher Präsentationstechnik

Jede Minute richtig nutzen! Präsentieren will gelernt & geübt sein. Gerade die praxisrelevanten Übungen und das Training mit Videoaufzeichnung & Feedback dieses Seminars garantieren im Nachhinein, dass

- die Kernkompetenzen beim Präsentieren gekonnt eingesetzt werden!
- sichtbare vorhandene Verhaltensmuster vermieden werden
- der Aufbau & die Vorbereitung der Präsentation durchdacht sind
- Argumente je nach Zielpublikum strukturiert werden
- Informationen in kurzer Zeit auf den Punkt gebracht werden

- Situationen klar & präzise dargestellt werden
- der Auftritt sicher wirkt und die eigene Persönlichkeit optimal dargestellt wird
- überzeugend präsentiert wird
- mit den richtigen Werkzeugen gearbeitet wird
- Kosten eingespart werden



Wie war's? Das sagen begeisterte TeilnehmerInnen

Die praktischen Übungen haben mir besonders gut gefallen

Geholfen hat mir besonders die Spontan-Übung mit den 2 Hauptwörtern – man kann da ja die Schlagkraft steigern!

Die vielen praktischen Tipps und Lösungen kann ich sicher brauchen

Super ist, dass man echt Übungen macht, die man im Job braucht und erlebt.

Also mir hat der Ablauf und wie es gemacht wurde super gut gefallen – SUPER Seminar!

Seminarhotel-Tipp

Der „Landgasthof zur Schubertlinde“ der Familie Adrigan-Luf liegt mitten im Wander- und Erholungsparadies zwischen Schneeberg und der Hohen Wand – im 1800-Einwohner-Dorf Grünbach am Schneeberg. Ein Seminarraum für ca. 25 Personen, separate Plätze für kleine Gruppenarbeiten und ein 6000 m² großer Garten für Outdoor-Übungen sind

besonders geeignet für firmeninterne Seminare. Die 20 individuell gestalteten Zimmer, eine Sauna und ein dazugehöriges Dampfbad laden vor oder nach dem Seminar zum Erholen ein. Der Seminartag kann mit einem geführten Morgenlauf und einem reichhaltigen und ausgewogenen Frühstück gestartet werden. Gerade das Pausenbuffet und die

einfallsreichen Gerichte der Vitalküche des Inhabers & zugleich Chefs sind weit über die Region hinaus bekannt und geschätzt. Eine Vinothek kann zusätzlich am Abend zum Verweilen einladen.

www.schubertlinde.at



Wissensmanagement

„Mehr Wirtschaftlichkeit für Unternehmen“ Tipps von Dr. Silvie Leeb

Man stelle sich einen engagierten Mitarbeiter, eine engagierte Mitarbeiterin vor, die sich im Unternehmen in 10, 20 Jahren ihrer Tätigkeit viel Wissen angeeignet hat und einen großen Erfahrungsschatz sein/ihr eigen nennt.

Der Sprung in die wohlverdiente Pension oder ein beruflicher Wechsel steht bevor, eine entsprechende Verabschiedung wird organisiert. Gleichzeitig ergeben sich viele Fragen: Wer organisiert, dass der jahrelang im Unternehmen erworbene Erfahrungsschatz rechtzeitig weitergegeben wird?

Wer organisiert, dass das Know How des

erfahrenen Mitarbeiters an den Nachfolger/ die Nachfolgerin übergeben wird? Zu klären sind vor allem wie – wo - was mit wem im Unternehmen und für den Kunden abgewickelt wird.

Nicht immer ergeben sich Fragen bei einem Mitarbeiterwechsel, sondern auch generell: Wir haben durch Ausbildung und Weiterbildung Experten für spezielle Fragen im Unternehmen. Alle wissen, wer für welche Fragen im Unternehmen Experte ist oder gehen wir den langen Weg, dass jeder für sich wieder neue Lösungen für seine Problemstellungen sucht?

Immer häufiger arbeiten Teams an Projekten, aber wer gibt seine Erfahrungen aus dieser Projektarbeit gezielt an andere Teams weiter?

Conclusio:
Mitarbeiter-Ressourcen gezielt zu nutzen und ihr Wissen gezielt einzusetzen, bedeutet mehr Effizienz und damit mehr Wirtschaftlichkeit für das Unternehmen.
www.coop-consulting.at

Buchtipp

Gute Preise erzielen – das ist doch der Traum eines jeden Verkäufers. Denn vom erzielten Preisniveau hängt schließlich auch der Gewinn ab. Management- und Verkaufstrainer Erich-Norbert Detroy zeigt, wie man Vertrauen zu hohen Preisen gewinnt, mit Freude hohe Preise nennt, diese durchsetzt und mit geringsten Nachlässen sicher zum krönenden Auftragsabschluss kommt.

Antworten auf folgende Fragen werden gegeben

Wie Sie Preisattacken abwehren und gezielt mit Preisen arbeiten?

Wie Sie auch hohe Preise für den Kunden attraktiv machen?

Wie Sie Preisklappen umschiffen und schwierige Verhandlungssituationen meistern?

Wie werden Sie zum Herrscher des Preisgesprächs – souverän, überzeugend und charismatisch?

Noch immer ist der Preis im Verkaufsgespräch der „Buhmann“ für viele Verkäufer und ihre Verkaufsleiter. Das „Viel zu teuer“ kommt den Kunden noch immer schnell über die Lippen und viele Verkäufer meinen, dass ihnen ein Auftrag verloren ging, nur weil sie einfach zu viel verlangten ...

Es ist deshalb ein Glücksfall, dass dieses Buch in einer Neuauflage erschienen ist. Erich-Norbert Detroy gilt seit 1977 als Matador der erfolgreichen Preisverhandlung. In diesem Buch erneuert und beleuchtet er erweitert das klassische Thema im modernen Preisrahmen.

Sich durchsetzen in Preisgesprächen und Preisverhandlungen von Erich Norbert Detroy



Manuela Hausegger – Büroservice



Lebens-Motto: Jeden Tag in vollen Zügen genießen. Alles so nehmen wie es kommt, ob positiv oder negativ! Es hat auch alles Negative seine positive Seite!

Leistungen Büroservice Hausegger:

Gesamter Schriftverkehr nach den CI/CD Vorgaben des Auftraggebers

Entwurf & Abwicklung von Serienbriefen

Datenbankaktualisierungen

Terminkoordination

Führung von Spesen-, Wareneingangs-, Warenausgangs- und Kassabüchern

Ablaufoptimierung durch Erstellung von Dokumentvorlagen, Formularen & Checklisten.

STEINER Consulting hat die eigene Büro-Arbeit im Jahr 2009 EXTERN neu strukturiert, jedoch damit die Leistung wie ein INTERNES Sekretariat erhalten.

Manuela Hausegger leitet seit 2008 ein selbständiges Büroservice und koordiniert bei STEINER Consulting die Projektorganisation und – abwicklung. Notwendige Daten werden von ihr recherchiert und dementsprechend in Reports, Statistiken, Analysen & Präsentationen aufbereitet. Die gesamte Terminplanung sowie die Buchhaltung (inkl. Zahlungsverkehr) zählen zu den Aufgabengebieten bei STEINER Consulting. Gerade die telefonische Erreichbarkeit während der Bürozeiten kann durch das „Büroservice

Hausegger“ bestens abgedeckt werden und garantiert eine optimale Kundenbetreuung.

Zur Person Manuela Hausegger: Die Mama einer 6-jährigen Tochter hat sich selbständig gemacht um Beruf & Familie bestens vereinbaren zu können. In ihrer Freizeit genießt Frau Hausegger vor allem die gemeinsame Zeit mit ihrer Tochter & dem Familienhund. Gemeinsames Spielen, Spaziergänge, Themenbesuche und wenn möglich die Nutzung des eigenen Gartens stehen im Vordergrund.

Kontaktdaten:

Manuela Hausegger
m.hausegger@aon.at
02645/22157
0664/73814260