

7

Impulse für Ihre Selbstwirksamkeit

Notieren Sie sich zu den einzelnen Fragen Ihre spontanen Einfälle. Wichtig: alles, was sich als Antwort und Impuls meldet, ist ok. Lassen Sie auch den zunächst verrücktesten, unpassendsten Einfall zu. Gerade damit melden sich oft Ihre verdeckten und versteckten Ressourcen. Sie sind aus dem Lebensalltag aufgrund innerer und äußerer Zwänge gewichen. Mischen Sie einzelne Einfälle aus den Rubriken. Zeichnen Sie damit eine MindMap. Lassen Sie diese einzelnen Ressourcen auf sich wirken. Vielleicht ergeben sich daraus Lösungen für Ihre aktuellen Situationen bzw. Probleme. Vielleicht entdecken Sie neue Tätigkeitsfelder und Job-Ideen.

1 Was konnten Sie als Kind besonders gut?

2 Was ist Ihnen als Kind wichtig gewesen?

3 Welche Aufgaben haben Sie bisher abgelehnt?

4 Was bewundern andere Menschen an Ihnen?
Was fällt ihnen an Ihnen auf?

5 Was können Sie außerhalb Ihrer gewohnten Tätigkeit gut?

6 Was bewundern Sie an anderen?

7 Ihre drei bisher größten überwundenen Hindernisse im Leben:
Wie haben Sie sie gemeistert? Welche Stärken, Fähigkeiten und Kompetenzen
haben Sie dazu eingesetzt?

7

Impulse für wertschätzende und inspirierende Teamarbeit

Diese Fragen kann jeder zunächst für sich allein beantworten. Sie können einzelne auswählen und eine Reflexion dazu im Team anregen. Sind Sie Teamleiter /Führungskraft, dann können Sie damit einen Team-Workshop gestalten. Besonders die Impulse 6 und 7 benötigen einige Zeit, haben gleichzeitig den größten Effekt. Die Impulse 5,6 und 7 schaffen mehr **Resilienz** im Team. Alle Impulse sind lösungsorientiert und ergeben neue erfrischende Erkenntnisse. Ressourcen eben.

1 Was kann ich besonders gut?

Was davon möchte ich wie im Team noch stärker einbringen?

2 Bei welchen Aufgaben brauche ich mehr Freiheiten?

Was wird das am Ergebnis ändern?

3 In welchen Bereichen kann und möchte ich mich entwickeln?

Wen wünsche ich mir als Unterstützer/Paten?

4 Mit wem kann ich mich noch besser ergänzen, wenn...?

Wer kann mein Problemlöser sein?

5 Was verbindet uns trotz aller Unterschiedlichkeit?

Formulieren Sie dazu ein Werbeslogan, so als müssten Sie das Team verkaufen.

6 Was wünsche ich mir vom Teamleiter und den Kollegen?

Was soll er/sie auf jeden Fall beibehalten, was verändern, was loslassen?

7 SWOT-Analyse

Was sind unsere größten Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken?

Wie können wir unsere Stärken noch optimieren, wie die Schwächen minimieren? Wie wirken sich diese Veränderungen auf die Chancen und Risiken aus?

7

Impulse für ressourcenorientierte Lösungen

Lösungsorientierung ist eine Einstellung. Sie erfordert ein Umdenken, denn nicht das Problem steht im Mittelpunkt des eigenen Denkens und Handelns, sondern die Lösung. Mit diesen Anregungen trennen Sie sich von der oft zeit-, energie- und nervenfressenden Problembetrachtung und, angewendet im Team, den entsprechenden Diskussionen.

1 Konzentrieren Sie sich auf das Ziel. Formulieren Sie es dazu so konkret wie möglich. Visualisieren Sie Ihr Ziel. Wie stimmig fühlt es sich an?

2 Haben Sie schon mal ein ähnliches Problem erfolgreich gelöst? Oder ein ähnliches Gefühl gehabt, dass Sie dann zur Lösung geführt hat? Wie sind Sie vorgegangen?

3 Was brauchen Sie in der aktuellen Situation? Welche Ressourcen, Kompetenzen, Fähigkeiten, Hilfen, Partner, inneren Erlaubnisse etc.? Wie und wo erhalten Sie es?

4 Wer aus Ihrem Freundes- oder Kollegenkreis könnte Ihrer Ansicht nach das Problem lösen? Wie genau macht er/sie das?

Das nennt man Modeling: Indem Sie in Gedanken Lösungskompetenzen anderer (das können auch Fernseh- oder Sportstars sein...) fantasieren, spielen Sie bisher für Sie nicht Frage gekommene Szenarien durch. Dann ermitteln Sie dazu notwendige Kompetenzen und Maßnahmen für sich selbst. Und entdecken dabei neue Ressourcen!

5 Wenn Hindernisse bei dem Lösungsprozess auftreten, parken Sie sie. Erst wenn Sie sich für eine Lösung (oder zwei bis drei Lösungsalternativen) entschieden haben, erarbeiten Sie entsprechende Maßnahmen, um sie zu überwinden.

6 Stellen Sie die Lösungsmöglichkeiten systemisch auf:

Schreiben Sie dazu auf DIN A4-Blätter jeweils eine Lösung mit einem vollständigen Satz, der mit Ich/Wir beginnt (Beispiel: Ich sage deutlich und entschieden „Nein“). Legen Sie dann die Blätter so auf dem Boden mit entsprechenden Positionen zueinander aus, wie es Ihnen sinnvoll erscheint. Dann stellen Sie sich nacheinander auf jede dieser Lösungsvorschläge. Lassen Sie sich darauf ein, welches Gefühl sich jeweils spontan bei Ihnen meldet. Entscheiden Sie sich dann für die beste Lösung.

7 Benutzen Sie die Disney-Methode: Bestimmen Sie drei Orte/Räume/Stühle für unterschiedliche Perspektiven. Am Träumer-Ort kreieren Sie Ihre Lösungsideen ohne Wenn und Aber. Diese überprüfen Sie an dem Kritiker-Ort zu deren Machbarkeit. Am Macher-Ort entwickeln Sie die entsprechenden Umsetzungspläne. Dieses Vorgehen können Sie so oft wiederholen und modifizieren (auch zurück- und zwischenspringen ist erlaubt)

7

Impulse für ein ressourcenorientiertes Ziel-Tuning

Menschen erreichen ihre Ziele umso erfolgreicher, je mehr diese von echten Absichten begleitet sind. Diese Absichten sind an starken positiven, auch körperlich spürbaren, Gefühlen zu diesen Zielen zu erkennen. Nur wenn sie vorhanden sind, gelingen Diätpläne, Raucherentwöhnung und auch Mitarbeiter- und Kundengespräche wirklich.

1 Am wichtigsten ist, dass Sie ein klares konkretes Zielbild vor Ihrem inneren Auge haben. Daher formulieren Sie Ihr Ziel so konkret wie möglich. Notieren Sie es.

2 Notieren Sie sich, welche Dinge genau in dem Zielbild zu sehen, zu hören, vielleicht auch zu riechen und zu schmecken sind? Was spüren Sie genau wo im Körper? Je mehr Sinne beteiligt sind, je größer wird die Absicht, dieses Ziel zu erreichen.

3 Sprechen Sie sich immer wieder laut Ihr Ziel vor (oder besser noch: lassen Sie es sich von einer anderen Person vorlesen). Spüren Sie jedes Mal genau in Ihren Körper. Wo tut es gut? Diese Stellen sind Ihre Anker. Ändern Sie ggf. die Formulierung. (Hinweis: Sie kennen das: je nachdem, wie man Ihren Namen ausspricht, reagieren Sie positiv oder nicht.)

4 Zeichnen Sie zwei senkrechte Linien mit einer Skalierung von 0-100. Die eine steht für Ihre negative Gefühle, die andere für die positiven. Checken Sie Ihre Zielformulierung anhand dieser beiden Skalen. Kreuzen Sie ehrlich den Status Plus/Minus-Gefühle an. Sobald ein negatives Gefühl (Zweifel?) auftaucht, modifizieren Sie das Ziel bzw. dessen Formulierung. Das gleiche gilt für einen positiven Wert unter 70. Erst, wenn das Ziel stimmig ist, hat es einen Sinn für Sie und gibt Ihnen Kraft!

5 Entdecken Sie Ihre Ressourcen und Kraftquellen. Welche Dinge, Eigenschaften, Menschen, Orte etc. tun Ihnen gut? Welche Ihrer Stärken können Sie (noch mehr) nutzen? Das alles sind Ihre Ressourcen auf dem Weg zum Ziel.

6 Sorgen Sie für ein wirksames Rückfallmanagement. Sorgen Sie für den Plan B, wenn etwas auf dem Weg zum Ziel schiefgehen sollte. Erarbeiten Sie dazu Wenn-dann Pläne. (Lesen Sie dazu mein BLOG zur WOOP- und Transferstärke-.Methode)

7 Setzen Sie sich ggf. Teilziele und verfahren Sie damit so wie oben. Feiern Sie dann Teilerfolge.

7

Impulse für wertschätzende Führung

Wirksame Führung entsteht, wenn Ihre Bedürfnisse und Werte als Führungskraft mit denen des/der Mitarbeitenden abgeglichen sind. Dazu ist es unabdingbar, sich selbst immer wieder zu reflektieren und sich der gesamten Situation bewusst zu sein, sozusagen eine Metaebene einzunehmen. Erst dann, wenn Sie sich in Ihrer „Führungshaut“ wohl und für die anstehende Thematik gewappnet fühlen, können Sie eine vertrauensvolle Beziehung zu Ihren Kollegen*innen aufbauen. Dazu bieten diese Fragen und Anregungen einen ersten Einstieg.

1 Werte-Check

Welche Werte sind Ihnen wichtig, wenn Sie selbst geführt werden?

Beschreiben Sie dazu 10 DIN A4-Seiten oder Moderationskarten mit jeweils einem Ihrer wichtigsten Werte, den Sie von Ihrer Führungskraft erfüllt sehen möchten (z.B. Vertrauen, Respekt, Transparenz, etc.). Priorisieren Sie immer wieder, bis nur drei wichtigste Werte übrig bleiben. Drehen Sie die Fragestellung um: inwieweit leben Sie diese Werte gegenüber Ihren Mitarbeitenden? Was können Sie optimieren?

2 Erarbeiten Sie mit dem/der Mitarbeitenden einen Führungsplan.

Beantworten Sie sich gegenseitig dazu Fragen: Was brauche ich, um dich richtig zu führen bzw. von dir geführt zu werden? Vereinbaren Sie einen verbindlichen Führungsrahmen und einen Notfallplan, wie beide Seiten bei Nichterfüllung miteinander umgehen.

3 Holen Sie sich regelmäßig Feedback

Legen Sie sich Feedbackpläne an, mit denen Sie z.B. wöchentlich für 4 Mitarbeiter 15 min einräumen, um sich strukturiertes Feedback zu Ihrer Führung holen und dem Mitarbeiter ebenfalls Rückmeldung zu geben.

4 Eigenanteil bestimmen –souverän bleiben

Suchen Sie sich für diese Analyse drei bis vier Situationen, in denen es Schwierigkeiten gab oder Sie unzufrieden mit der Leistung einer Person bzw. Ihres Teams waren. Notieren Sie, was die Ursache war. Sobald Sie die Schuld bei Personen oder den Umständen sehen, sagen Sie sich STOPP und reflektieren und notieren Sie Ihren möglichen Anteil an der Situation, dem Ereignis oder Ergebnis.

5 Bedürfnisse zufriedenstellen - zufriedener zusammenarbeiten

Eigene Ergebnisse und die Ihrer Mitarbeiter hängen essentiell von drei Faktoren ab, deren Zusammenwirken für ein Optimum an Zufriedenheit sorgen. Nur dann können auch optimale Ergebnisse erzielt werden. Die Faktoren DÜRFEN (Wie weit ist der Rahmen für eigenständiges Arbeiten gespannt?) – KÖNNEN (Welche Fähigkeiten und Kompetenzen werden für die Aufgabe benötigt und müssen ggf. entwickelt werden? -)- WOLLEN (Welchen Sinn macht der Job/die Aufgabe für den Mitarbeiter und das Team?) überprüfen Sie in einem Mitarbeitergespräch.

6 Feiern Sie Erfolge mit Ihren Mitarbeitenden.

7 Wertschätzen Sie besondere Leistungen, wichtige Ideen und wertvolle Hilfestellungen.

7

Impulse für werteorientiertes Verhandeln und Verkaufen.

Verkaufs- und Verhandlungserfolge entstehen nur, wenn wir den Kunden erreichen. Und zwar in erster Linie seine Bedürfnisse, Werte und die damit verbundenen Emotionen. Jede Entscheidung wird zu guter Letzt im Zwischenhirn, dem Zentrum unserer Gefühlswelt, getroffen. Auf der Basis ausreichend valider Informationen. Diese dienen dem Verstehen, Berechnen und Abwägen. Dann meldet sich ein JA- oder NEIN-Gefühl. Der Kunde kauft oder nicht.

1 Es geht um den Kunden und nicht um Ihr Angebot

Das klingt zunächst widersprüchlich. Als Verkäufer wollen wir doch schließlich unser Produkt bzw. unsere Dienstleistung erfolgreich an den Abnehmer bringen. Das stimmt auch. Nur kauft der Kunde nicht in erster Linie die Sache, sondern das, was sich dahinter verbirgt: den Nutzen, den Sinn, den Wert des Angebots. Die Frage, die sich jeder Verhandler stellen sollte, ist: WARUM kauft der Kunde? Nicht WAS! Die Fakten nutzen dabei erst, wenn der Kunde sich und seine Bedürfnisse in dem Angebot wiederfindet.

2 Sie sind genauso wichtig wie der Kunde

Schon wieder ein Paradigmenwechsel. Aus der Transaktionsanalyse ist bekannt, dass Augenhöhe die wertvollste und wirksamste Ebene ist für zwischenmenschliche Kommunikation und Beziehungsgestaltung. Ich bin ok-du bist ok. Win-Win ist das Ziel! Das gelingt nur dann, wenn Sie mit sich im Reinen sind. Sonst fühlen Sie sich leicht als Opfer oder -oft dann als Folge- als Besserwisser. Der Tipp: vor jedem Kundengespräch die eigene Befindlichkeit überprüfen: Was brauche ich ggf. noch, um mich mit der bevorstehenden Situation, dem Kunden, dem Angebot, den Umständen wohlfühlen? Sorgen Sie für Ihr Wohlbefinden.

3 Aktives Zuhören ist zu wenig – aktiv HINhören ist besser

Achten Sie auf die gesprochenen Worte, anstatt über eine Absicht zu sinnieren und/oder Ihre Antwort gedanklich vorzubereiten. Jeder Mensch ist anders. Und jeder Kunde verwendet seine Worte immer aus seiner einzigartigen Wirklichkeit heraus. HINterfragen Sie bestimmte Worte und achten Sie dabei auf die Körpersprache. Dann fragen Sie nach den Beweg- und HINtergründen des Gesagten anstatt automatisch „schon zu wissen, was der Kunde meint“.

4 Fragen, Fragen, Fragen

Wir glauben oft, vor allem unter Zeitdruck, zu wissen, wie das Gegenüber „tickt“. Oft genug führt dies am Kunden vorbei. Mit offenen Fragen zu dem vorher Gesagten wird Tiefe im Gespräch hergestellt. Um es nicht wie ein Verhör erscheinen zu lassen, sollten Sie immer mal wieder sinngemäß wiederholen, was Sie verstanden haben, und dann erst eine weiterführende Frage stellen. Das schafft Vertrauen. Und sie vermeiden unnötige Seitenthemen.

5 Stellen Sie Ihre Erwartungen ab!

Die für ein erfolgreiches Verkaufsergebnis wichtigste Haltung ist: absichtslose Absicht. Die Absicht ist es, das Gespräch im Dialog in Richtung eines gemeinsamen Ergebnisses fließen zu lassen, anstatt ein bestimmtes Ziel zu erwarten.

6 Fragen Sie sich bei Einwänden immer: Was ist einem Kunden, der so etwas sagt, wichtig?

- Damit entdecken Sie seine Werte-Landschaft
- Wenn Sie den Einwand dann hinterfragen: „Ihnen ist also XY wichtig?“, wertschätzen Sie Ihr Gegenüber, signalisieren Interesse an seinen Werten und legen die Basis für einen konstruktiven Dialog.

7 Feiern Sie Ihre Erfolge!

Wir sind geübt darin, Fehler aufzuspüren. Die Frage bleibt, was ist mir bei dem Kunden besonders gut gelungen?