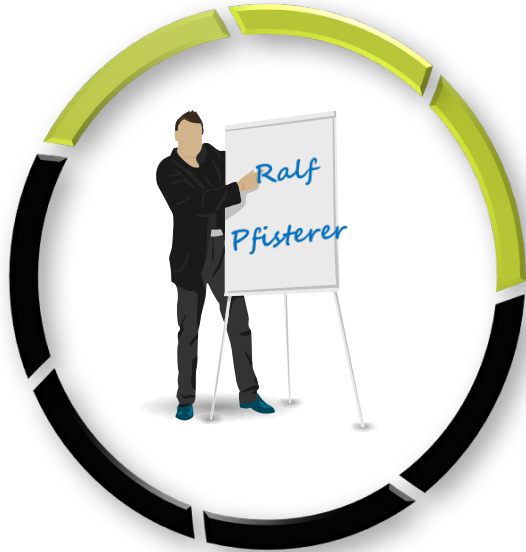


Kommunikation, Führung und Zusammenarbeit

GEPRÜFTE BILANZBUCHHALTER

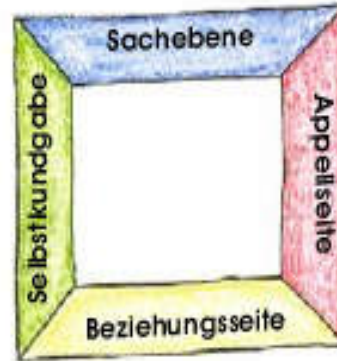


Freier Dozent

- Bankkaufmann
- Bankfachwirt / gepr. Betriebswirt IHK
- Dipl. Systemischer Coach
- Dipl. Mentalcoach
- Trainer ADG (Fachqualifikation Vertrieb)
- Insight MDI Berater
- Ausbilder AEVO
- Marketingleiter ADG
- Berater Organisationsentwicklung und Change Management SHB
- Weiterbildung Karriere- und Entwicklungscoach SHB

Datum	UE	
10.02.18	8	7.1.1 Kommunikation 7.1.1.1 Im Team und zwischen den Abteilungen 7.1.1.2 Mit externen Partnern
12.02.18	4	7.1.1.3 Interkulturelle Anforderungen
28.03.18	4	7.1.1.4 Konflikt_ und Stressituationen
03.07.18	4	
12.09.18	4	7.2 Kriterien für die Personalauswahl festlegen und begründen sowie bei der Personalrekrutierung mitwirken
18.09.18	4	
04.10.18	4	
15.12.18	8	7.3 Den Personaleinsatz planen und steuern
19.01.19	8	7.4 Führungsmethoden situationsgerecht anwenden
23.02.19	8	
02.03.19	8	7.5 Berufsbildung planen und durchführen _ Teil 1
13.04.19	8	7.5 Berufsbildung planen und durchführen _ Teil 2
04.05.19	8	7.6 Die berufliche Entwicklung und Weiterbildung von MA fördern 7.7 Den Arbeits_ und Gesundheitsschutz gestalten
01.06.19	8	Prüfungsvorbereitung

Kommunikation

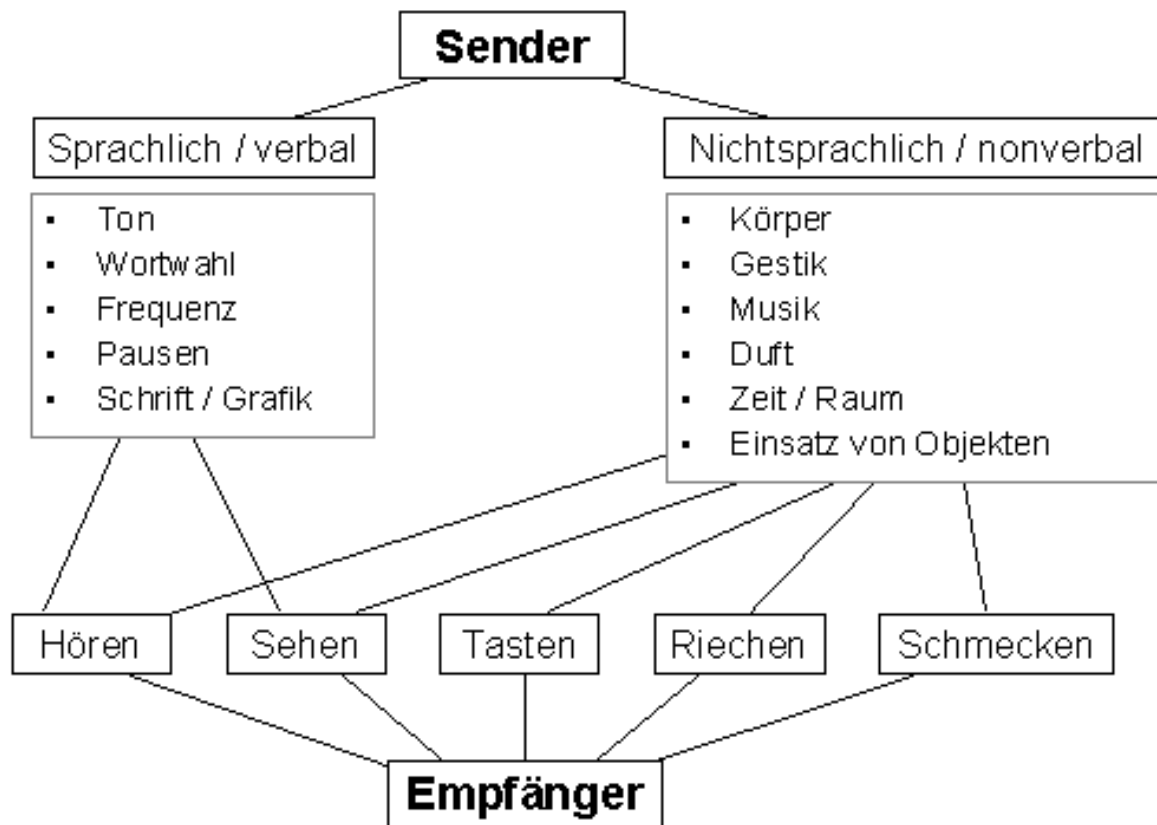


Grundlage: Sender–Empfänger–Modell

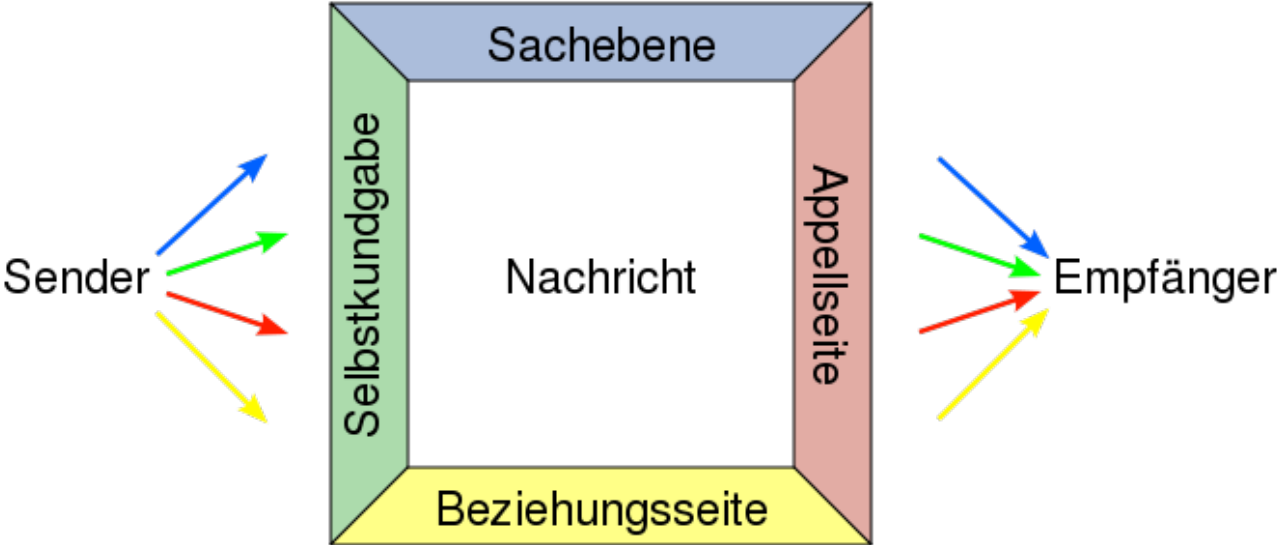
MENSCHEN VERSTEHEN Sender-Empfänger-Modell



Kommunikationsmittel



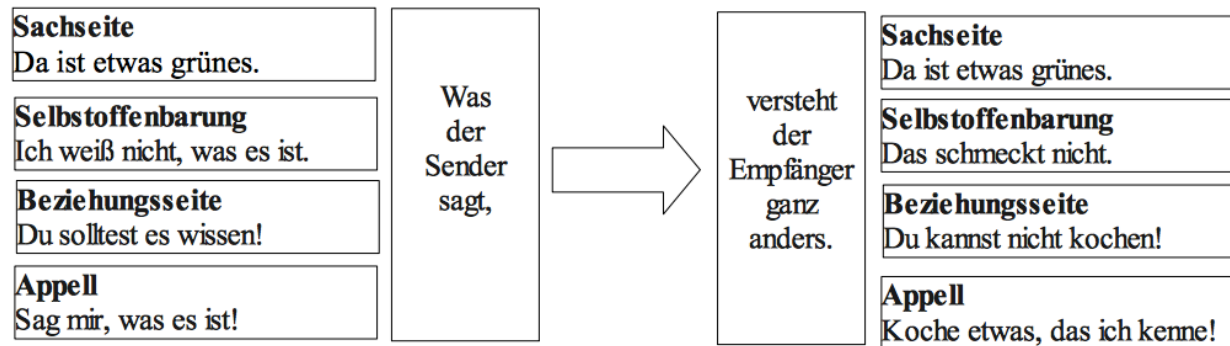
Kommunikationsquadrat



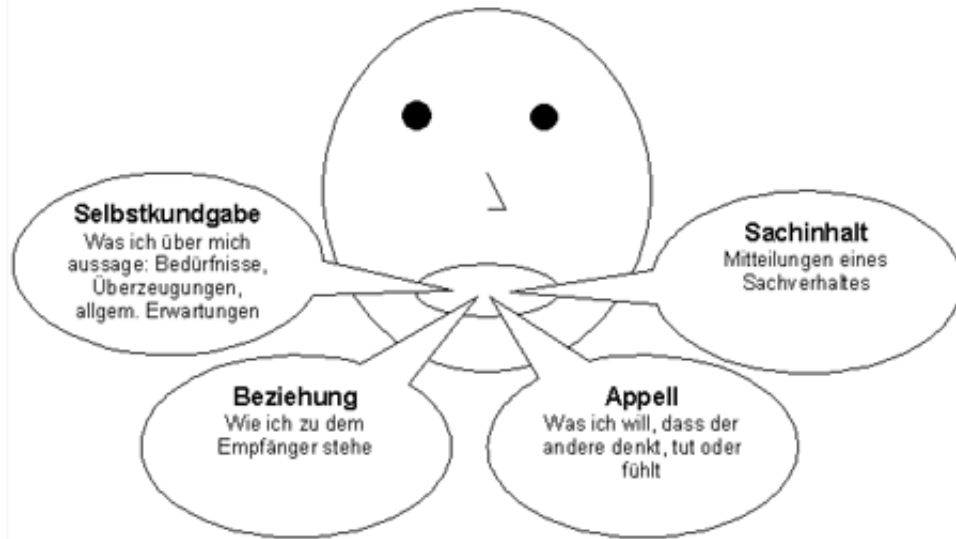
Das 4-Seiten-Modell der Kommunikation



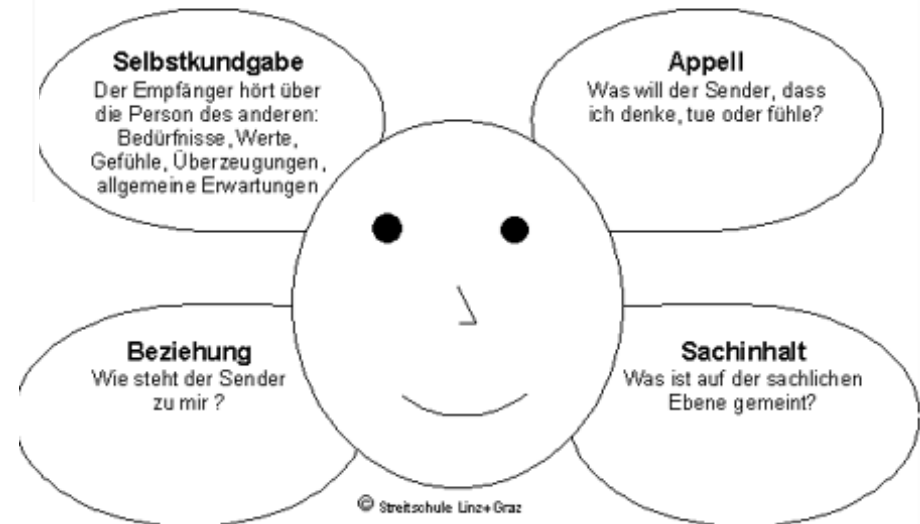
Komisch, wie manche Gespräche so laufen... Warum reagiert die Frau im Bild so ärgerlich, obwohl der Mann doch nur bemerkt, dass da etwas grünes in der Suppe ist? Eine Antwort auf diese Frage gibt das **4-Seiten-Modell der Kommunikation** von Friedemann Schulz von Thun. Nach diesem Modell enthält jede Nachricht vier Botschaften:



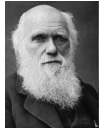
Der Sender



Der Empfänger

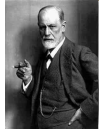


Motivationspsychologie



Darwin:

Überleben und Reproduktion



Freud:

Sex



Maslow:

Bedürfnishierarchie
(Selbstverwirklichung)



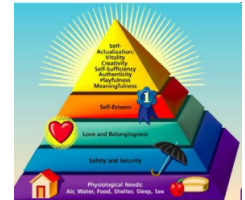
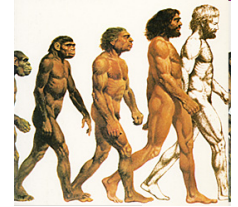
Neuere Psychologie:

Belohnung & Bestrafung

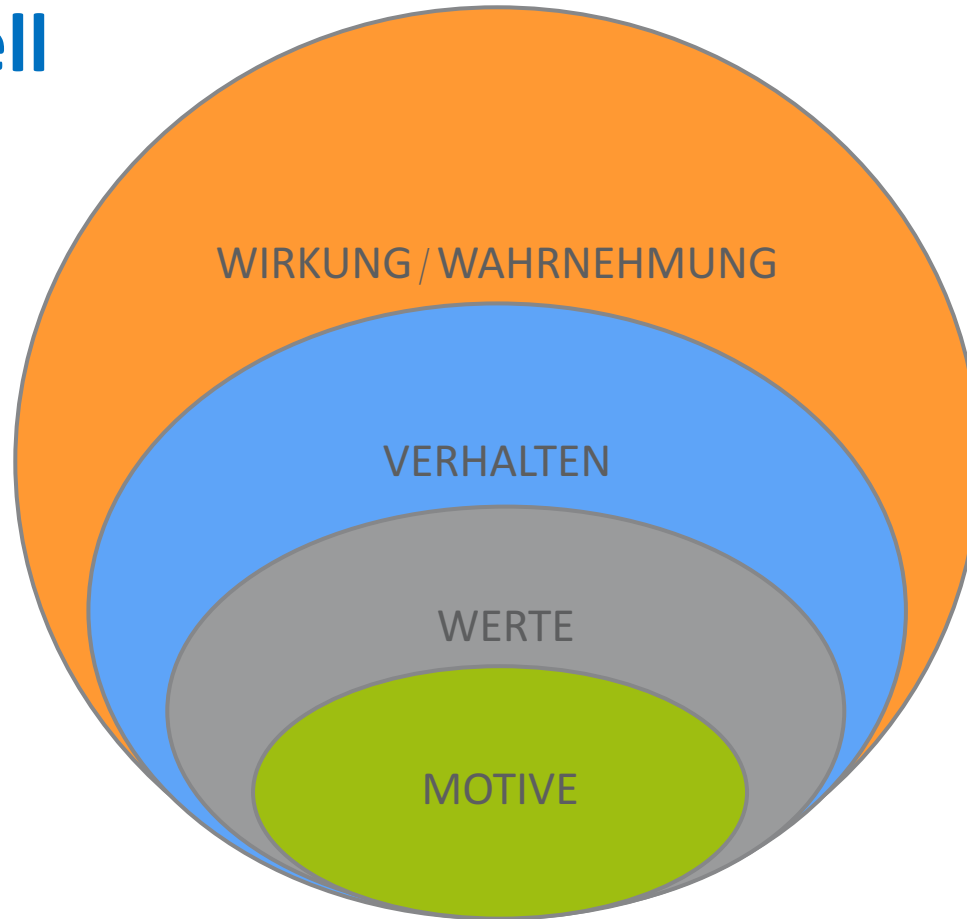


Reiss:

Die unveränderlichen Bedürfnisse,
Ziele und Motive der Persönlichkeit

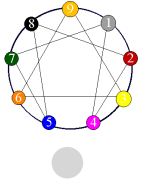


Zwiebelmodell



Entwicklung der Modelle

1915



Enneagramm
Typology

G. I. Gurdjieff

Tradition



G. I. Gurdjieff

1942



MBTI
Typologie

I. Briggs-Myers

Theorie



Carl Gustav Jung

1958



THOMAS
Typologie

Martson /
Hendrickson /
R. Reed

Theorie



Carl Gustav Jung

1970



H. D. I.
Typologie

Ned Herrmann

Theorie



Ned Herrmann

1985



DISG
Typologie

Martson / Geier

Theorie



Carl Gustav Jung

1993



INSIGHTS
Typologie

Andy Lothian

Theorie



Carl Gustav Jung

1996



RMP
Individualität

Steven Reiss

Forschung



Steven Reiss

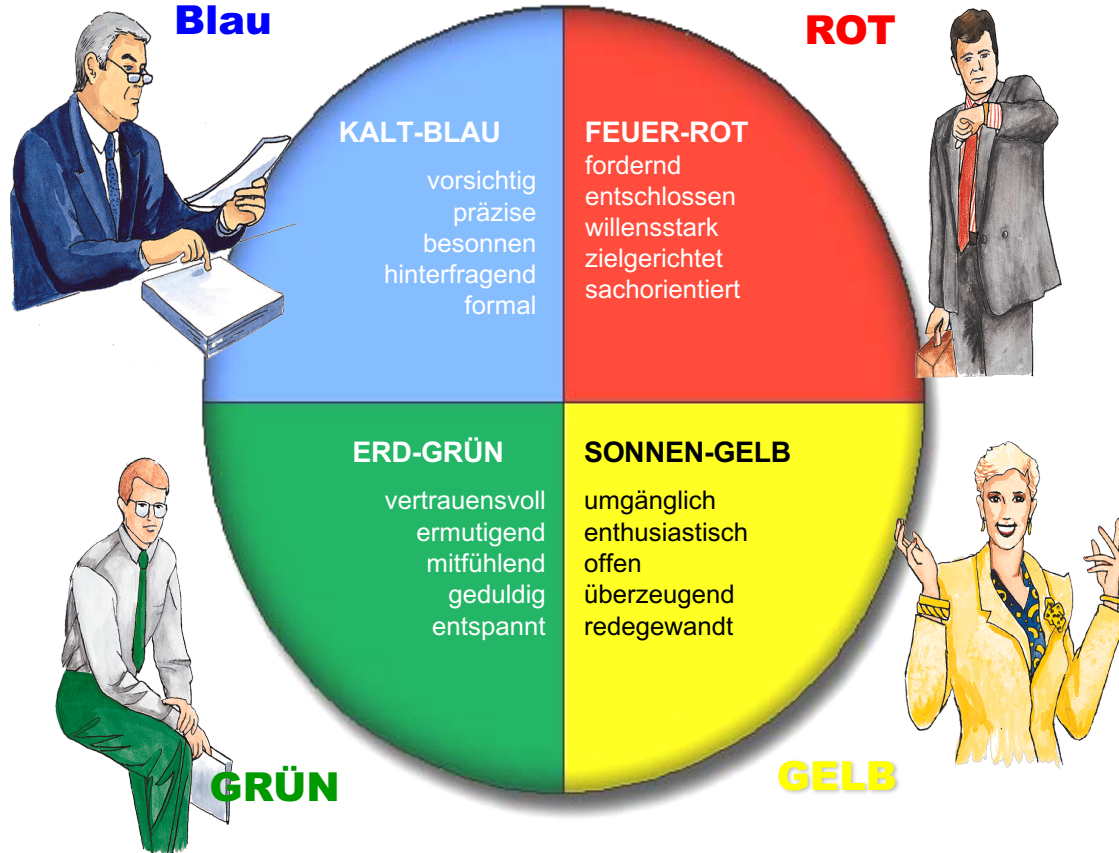
Insights

KENNEN SIE SICH SELBST?

Sichtbares Verhalten

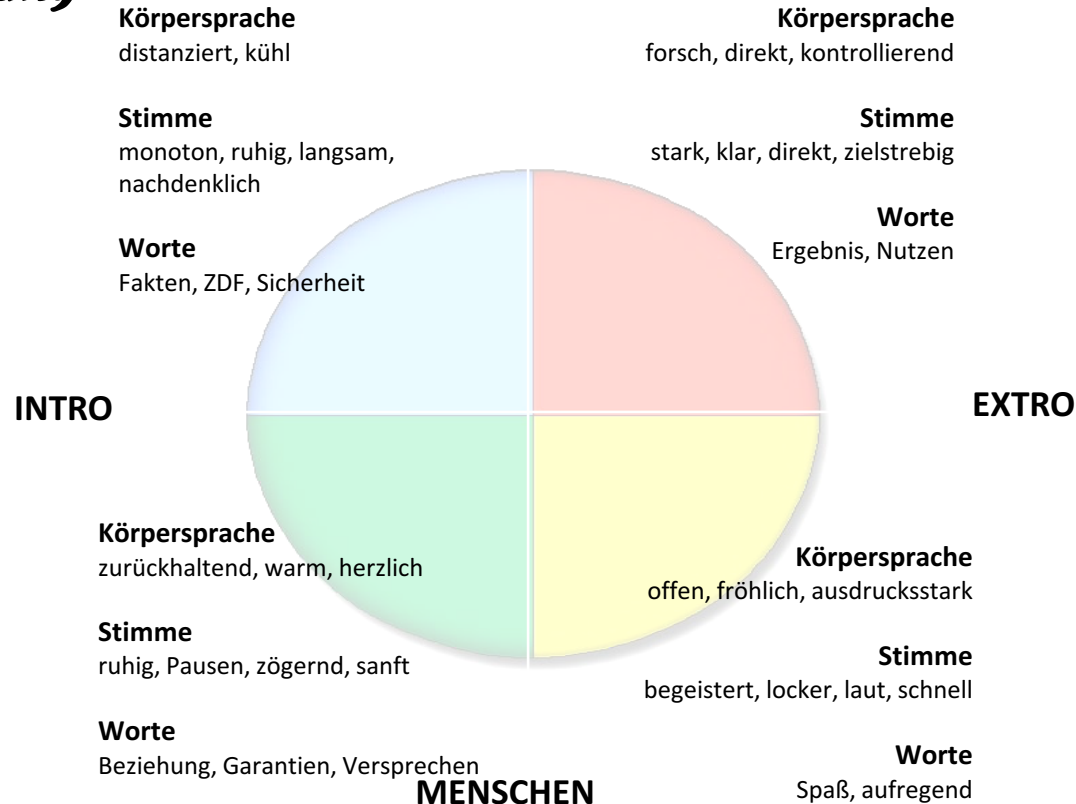


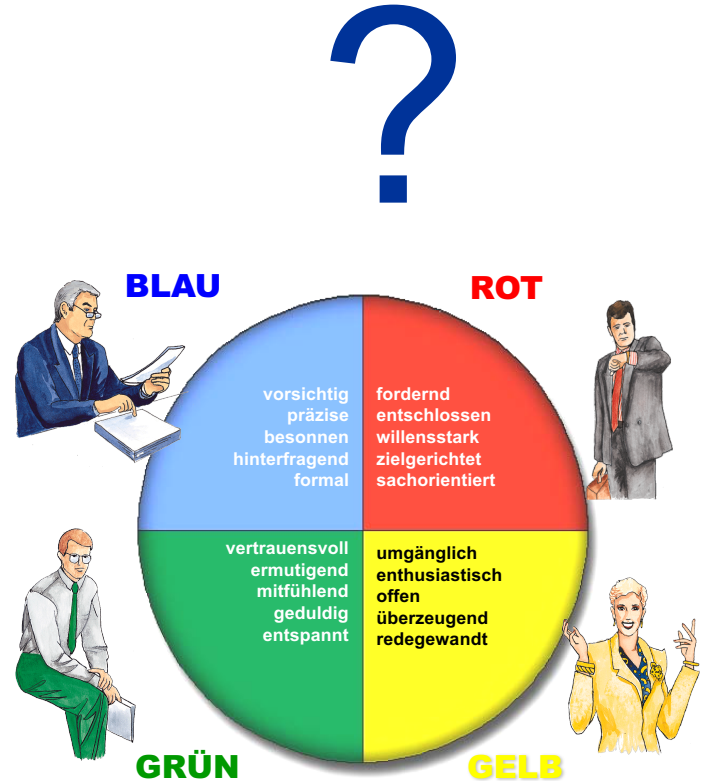
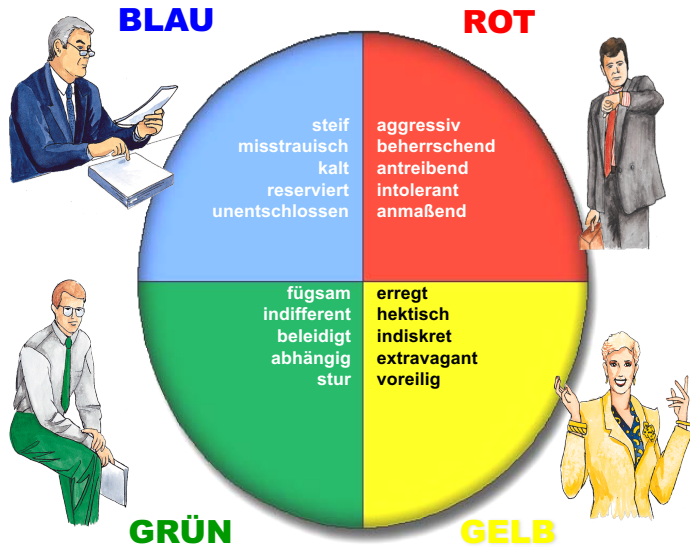
- Nur 20% der Persönlichkeit und des Verhaltens sind sichtbar
- Motive, Antriebe und Wertvorstellungen bleiben unsichtbar



Unterschiede in der Wahrnehmung

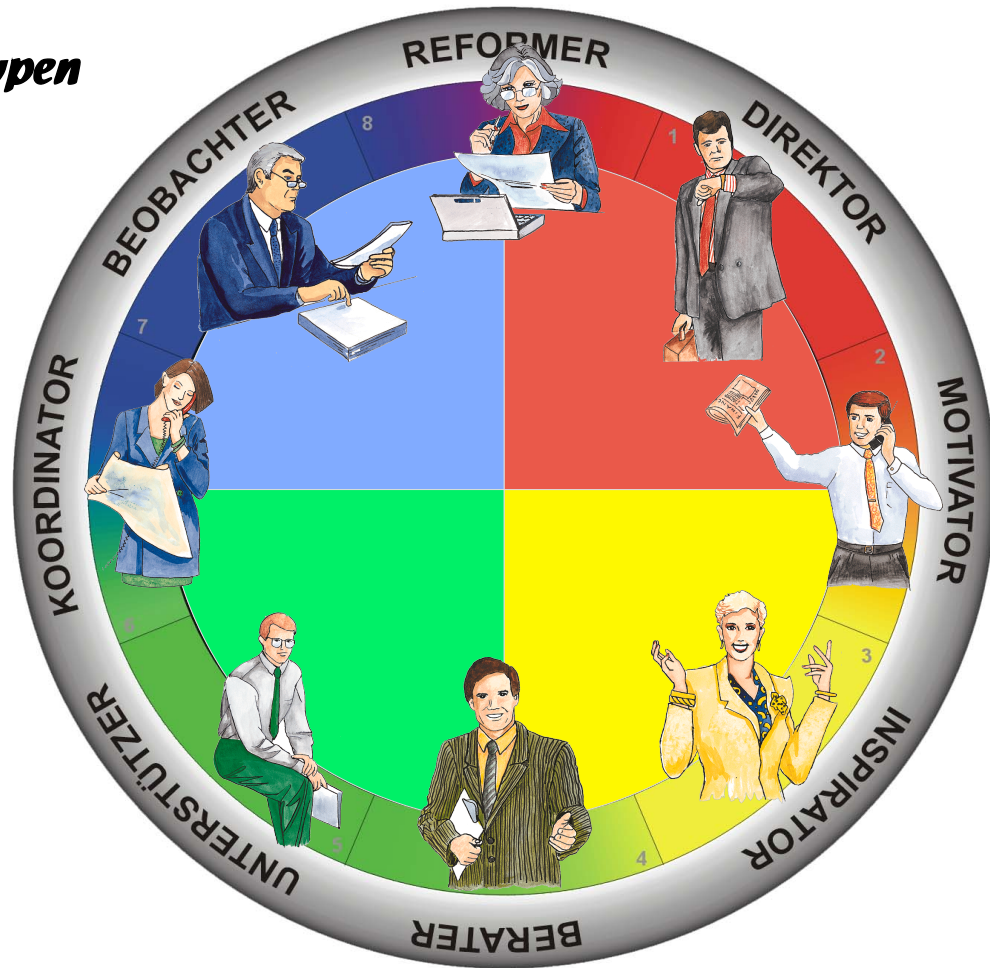




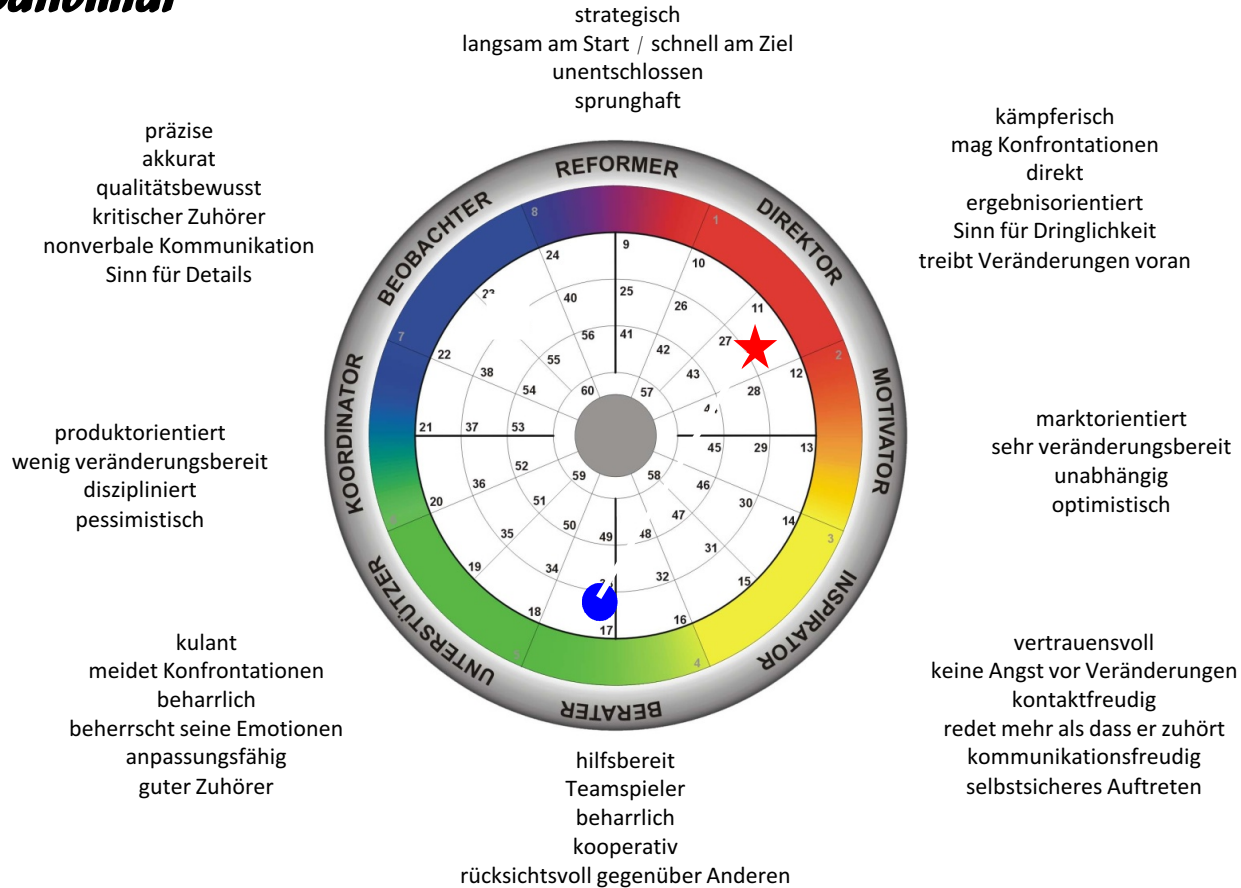


Unterschiede in der Wahrnehmung

Die acht INSIGHTS - Farbtypen

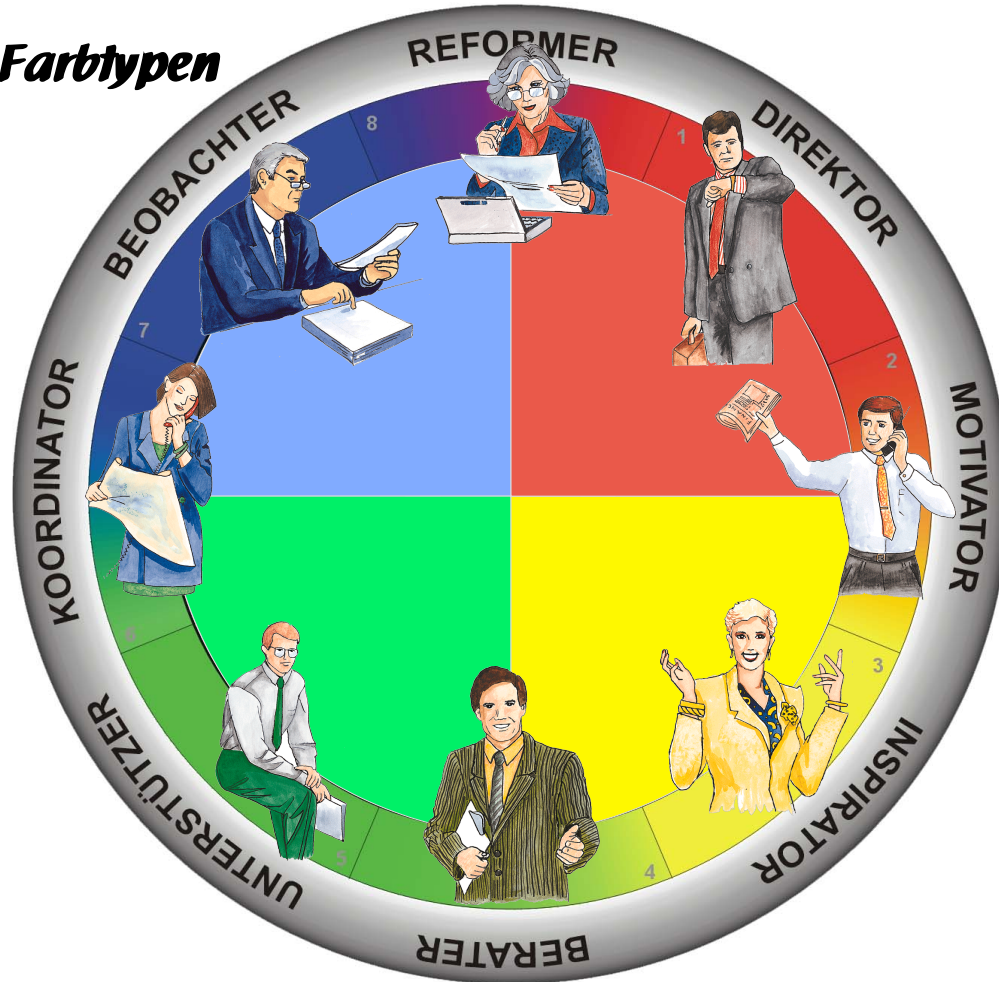


Grundverhaltensweisen / Arbeitsplatzkompatibilität

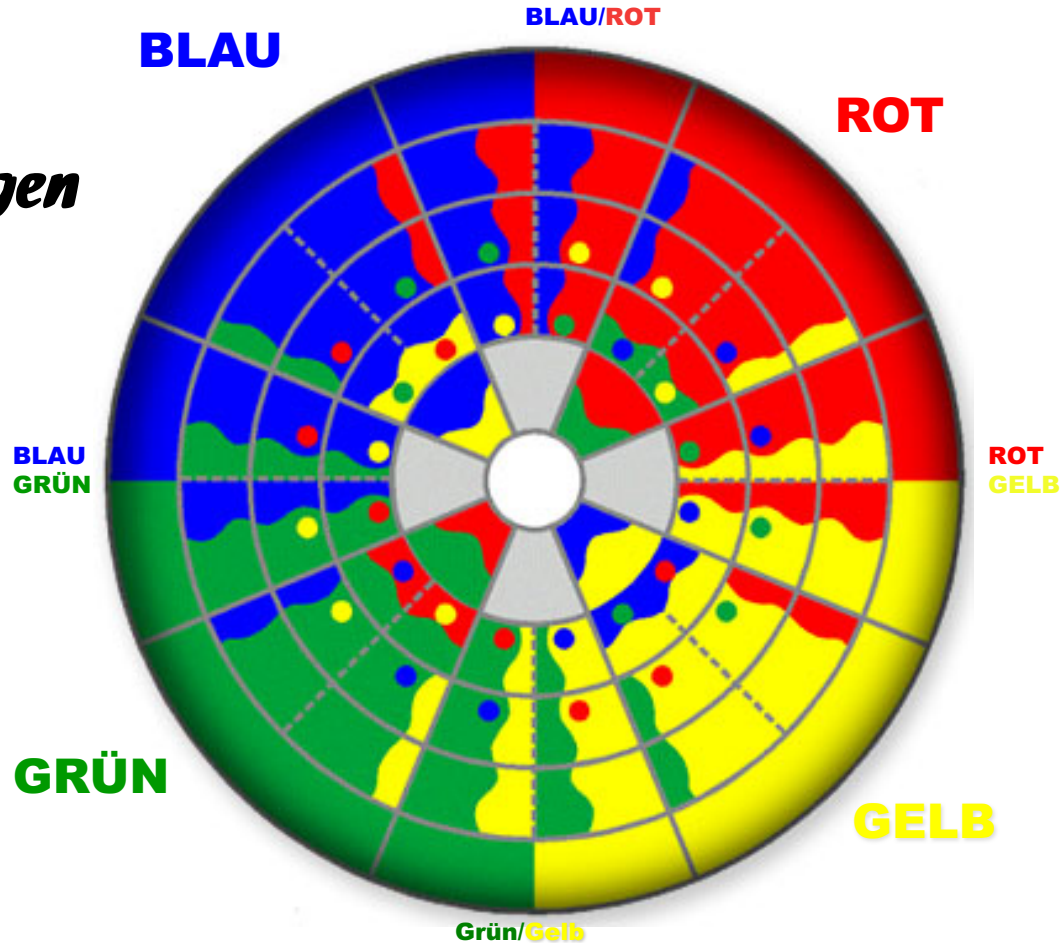


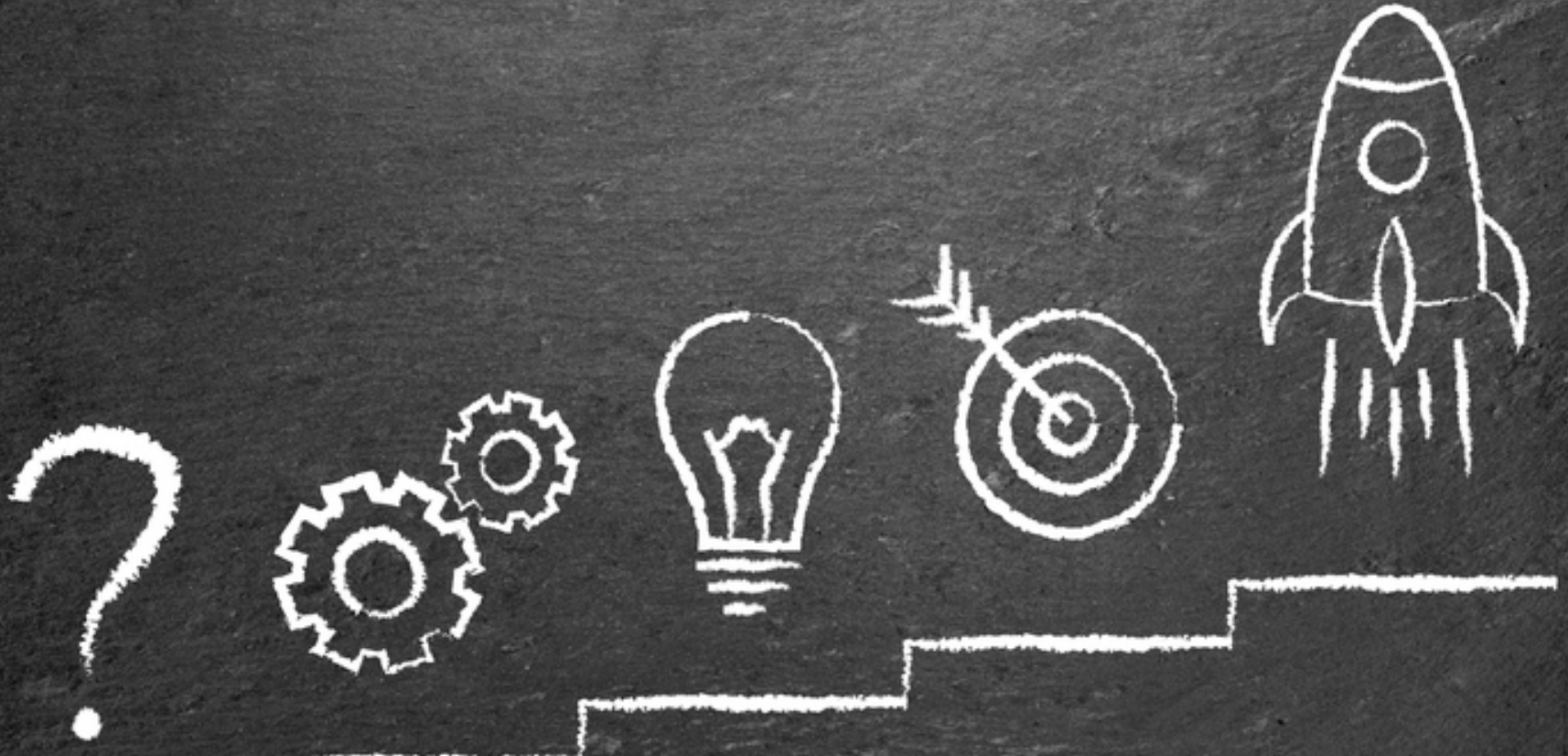
	2			charmant
		1		hilfsbereit
			4	reserviert
3				wettbewerbsfreudig

Die acht INSIGHTS - Farbtypen



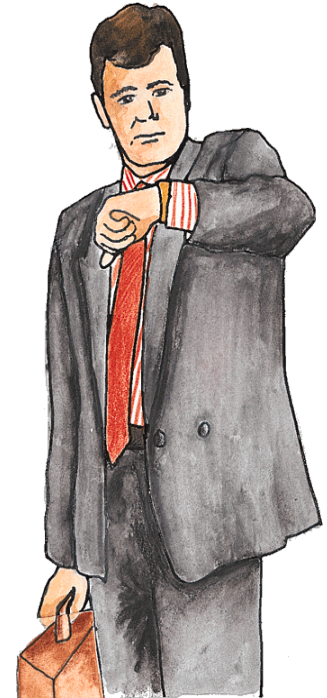
Das INSIGHTS - RAD mit 60 Farbschattierungen





„Rote Stärken“

- Selbstbewusstsein und Entschlossenheit
- Sie werden vom Kunden als Experte wahrgenommen
- Sie können Situationen gut einschätzen und stellen gezielte Fragen um eine Richtung einzuschlagen
- Zielgerichtete Präsentationen
- Lösungen werden mit Überzeugung präsentiert Sie verhelfen dem Kunden zur Entscheidung durch passende Optionen
- Hervorragendes Follow –Up



„Gelbe Stärken“

- Kaltakquisition ist eine Ihrer großen Stärken
- Ihr lässiger und entspannter Stil vermittelt dem Kunden ein entspanntes Gefühl
- Einfallsreich, anpassungsfähig und flexibel – so erfahren Sie viel über die Wünsche Ihres Kunden
- Unterhaltsame & abwechslungsreiche Präsentationen
- Sie reißen den Kunden durch Ihre Begeisterung für eine kreative Lösung mit.
- Das Follow –Up ist kreativ und gesellig



„Grüne Stärken“

- Langfristige Kundenpflege ist Ihre große Stärke
- Es gelingt Ihnen schnell eine Brücke zum Kunden zu bauen und das Eis zu brechen
- Sie können sehr gut zuhören und analysieren was Ihr Kunde braucht und was Sie ihm anbieten können
- Ihre Präsentation ist überzeugend und konsequent
- Ihr Abschluss erfolgt mit Aufrichtigkeit und Wärme
- Das Follow –Up ist gründlich, da Ihnen eine langfristige Beziehung zum Kunden wichtig ist.



„Blaue Stärken“

- Informationen weitergeben ist Ihre große Stärke
- Sie strahlen Kompetenz aus – Sie sind ein Experte
- Hervorragende Vorbereitung, schon vor dem ersten Kontakt
- Ihre Präsentation ist detailliert und lässt keine Fragen offen
- Sie analysieren die Position des Kunden genauestens und werten die Fakten gründlich aus
- Das Follow –Up ist sachlich bestechend



