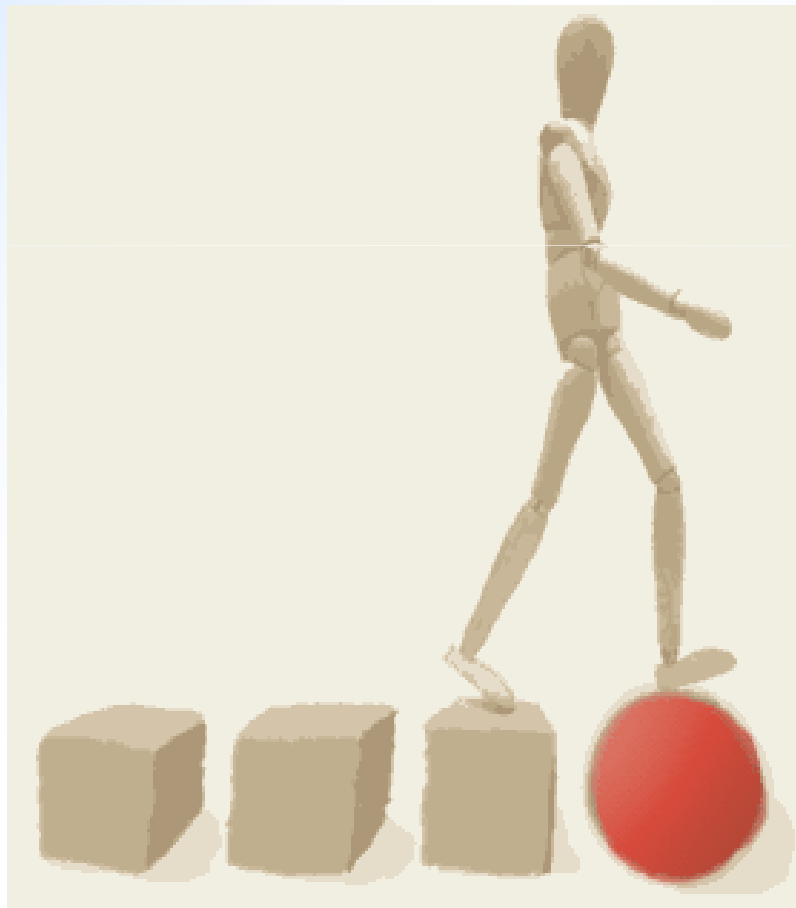


Ausbildungs-Resulting®



Winner/s Edge (Schweiz) AG
Postfach 435 ● CH-5430 Wettingen 1
Tel. +41 (0)56 437 16 62 ● Mobil +41(0)78 724 24 01
www.winners-edge.ch ● winners@winners-edge.ch

„Winner/s Edge“ heisst: „Der Vorsprung des Gewinners“

Winner/s Edge als renommierte Unternehmensberatung
mit den Schwerpunkten Führung, Verkauf, Strategie
und Change Management
verpflichtet sich konsequent dem Grundsatz:

Vorsprung durch Resultate

Idee – Handeln – Ergebnis

Wir unterstützen unsere Kunden dabei,
Ihren besonderen „Winning Edge“ zu finden.

Winner/s Edge hat sich dem Auftrag verpflichtet,

- ✓ ... durch messbare Ergebnisse den Vorsprung des Kunden im Wettbewerb sicherzustellen,
- ✓ ... kreative Umsetzungslösungen und Veränderungen zu realisieren, die nachweislich ganz entschieden zur Wertschöpfung des Kunden beitragen,
- ✓ ... dem Kunden die bestmöglichen Ressourcen durch erfahrene und hochqualifizierte Partner zur Verfügung zu stellen.

Ihre Partner für den Quantensprung

- ✓ Winner/s Edge setzt für Sie ausschliesslich Berater und Trainer mit langjähriger Führungspraxis ein.

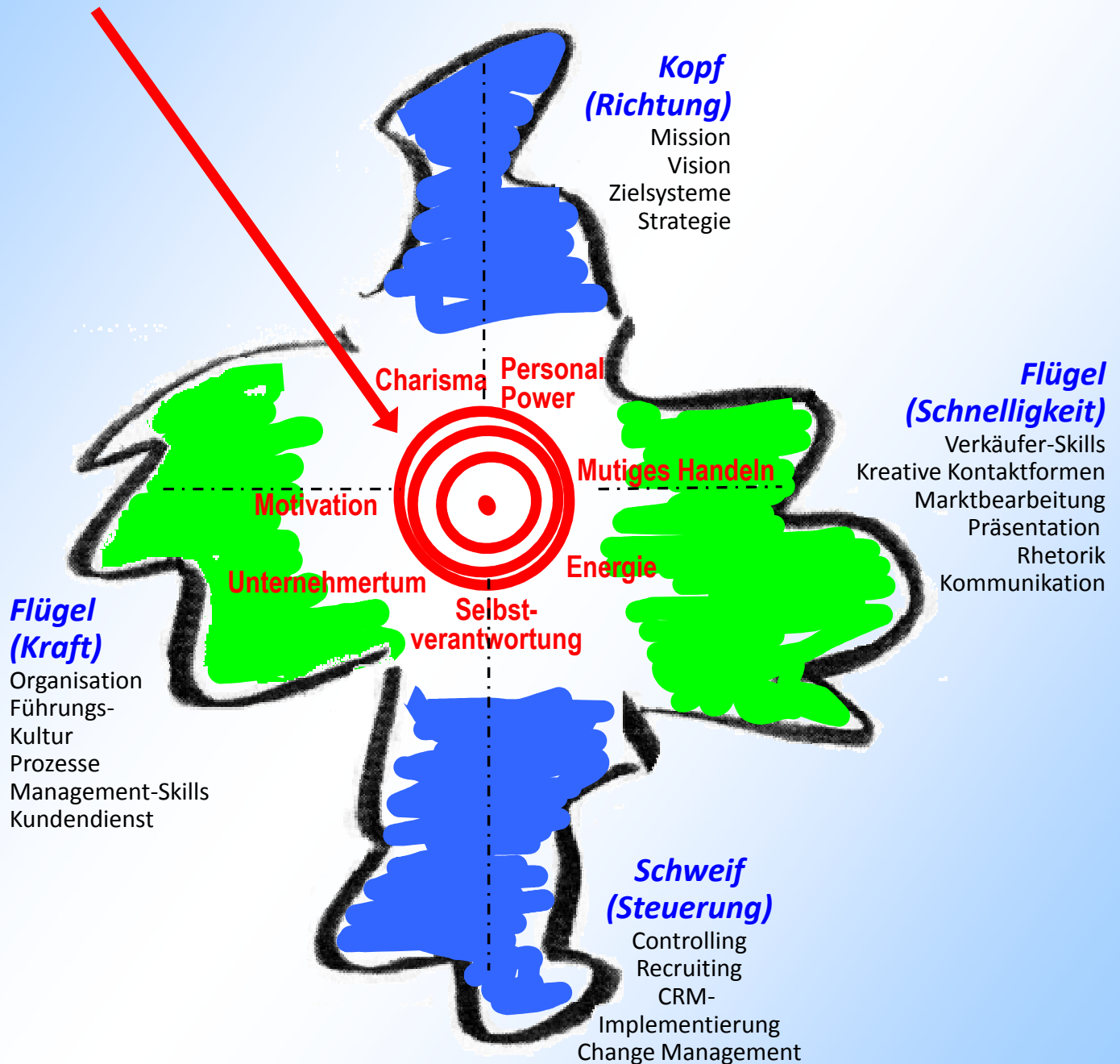
- ✓ Winner/s Edge begleitet Ihre Projekte ganzheitlich und mit ausgeprägter Fachkompetenz, aber auch mit Herzlichkeit, Klarheit und viel Begeisterung.

- ✓ Letztendlich interessiert Sie das Ergebnis, das wir für Sie erzielen: unternehmerisch, praktisch, verständlich, motivierend und menschlich!

- ✓ 15 Gesellschafter und über 50 internationale Netzwerk-Partner mit unterschiedlichen Fachqualifikationen garantieren Ihnen diesen umfassenden, resultatebezogenen Ansatz.

Der Adler als Unternehmens-Metapher

„Das Herz des Adlers“:
Mentale Erfolgsfaktoren



Unternehmertum – Personal Power**Ziele:**

Wie können wir Mitarbeiter kontinuierlich und erfolgreich dazu anregen,

- die Unternehmensziele und ihre persönlichen Lebensziele mit Leidenschaft zu verfolgen?
- Selbstverantwortung als wichtigste Wurzel für Erfolg und Misserfolg zu erkennen?
- kreativ die vorhandenen Ressourcen zu nutzen?
- mutig die Initiative zu ergreifen und die Grenzen zu überschreiten?
- mit aller Energie alles Notwendige tun, um Herausforderungen zu meistern?
- negative Erfahrungen positiv zu integrieren und in lösungsorientierte Handlungskonzepte umzusetzen?
- für permanenten Wandel offen zu sein und sich aktiv persönlich weiterzuentwickeln?
- zu ihrem Wort zu stehen und Spielregeln einzuhalten?
- private und berufliche Ziele mit Fleiss und Ausdauer zu verfolgen?

Programm-Inhalte:

Die Aktivierung der Selbstmotivation der Mitarbeiter gilt als eine der wichtigsten aber auch eine der schwierigsten Führungsaufgaben. Unser Programm bietet den Unternehmen hierbei eine hervorragende Unterstützung. Alle Themen werden mit sinnfälligen Beispielen, Übungen und Symbolen fest im Bewusstsein der Teilnehmer verankert („79/21“, „10 Steine“, „Rote Linie“, „Pendel des Lebens“ usw.).

In einem immer interessanter werdenden wirtschaftlichen Umfeld stellen unsere Kunden zielgerichtete Fragen:

- „Wie können wir unseren Mitarbeitern das „Mind-Set“ für erfolgreiches wirtschaftliches Handeln so nachhaltig vermitteln, dass wir den Herausforderungen im Markt auch in Zukunft gewachsen sind?“
- „Wie schaffen wir für unser Unternehmen eine Gewinner-Kultur, die von breiter Leistungsbereitschaft und gegenseitigem Vertrauen geprägt ist?“
- „Was sind die mentalen Schlüsselfaktoren für Spitzenleistungen in Verkauf und Business?“

Diese Fragen sind unsere zentrale Herausforderung und Teil unseres Ausbildungs-Resulting®.

Das Potenzial der Führungskräfte**Ziele:**

Die eigenen Stärken und Präferenzen erkennen, um diese optimal im Berufsalltag einsetzen zu können, ist gar nicht so einfach. Jede/r Mitarbeiter/in ist einzigartig und hat persönliche Stärken und Talente.

Die Teilnehmer erkennen anhand ihrer Potenzial-Analyse die eigenen Persönlichkeitseigenschaften und Motive noch genauer und lernen zielgerichtet sowie persönlichkeitsorientiert zu kommunizieren.

Beziehungsmanagement und Menschenkenntnis sind die zentralen Schwerpunkte, welche den Teilnehmern auf interessante und abwechslungsreiche Art vermittelt werden.

Programm-Inhalte:

- Menschenkenntnis & Beziehungsmanagement
- Selbstwahrnehmung – Fremdwahrnehmung
- Persönliche Kommunikationspräferenzen und Motivationsfaktoren
- Einsatz persönlicher Stärken im Alltag
- Wie erkenne ich andere Kommunikationspartner und Mitarbeiter?
- Erfolgsfaktoren für den Umgang mit verschiedenen Persönlichkeitstypen
- Wirkungsvolle Kommunikation
- Verstehen, um verstanden zu werden
- Zusammenarbeit und Spitzenleistung im Team

Die konsequente Führungspersönlichkeit

Ziele:

Erlernen Sie Methoden, damit Ihre Mitarbeiter Aufgaben, Entscheidungen und Ziele wirksam umsetzen.

Es geht um die eindeutige und verbindliche Verantwortlichkeit bei der Umsetzung von Aufgaben, die Sie als Führungskraft auch einfordern können. Konsequenz in der Sache, verbindlich als Mensch – Ihre Rolle als Führungskraft klar definieren und transparent machen.

Spielregeln mit den Mitarbeitern vereinbaren. Konflikte lösen und nicht zerreden.

Meetings und Besprechungen strukturieren und mit geringem Zeitaufwand durchführen.

Programm-Inhalte:

- Konsequenz in der Führung ist eine Denkhaltung!
- Abgrenzung zwischen konsequenter und situativer Führung.
- Wirksame Führung – Verhaltensmuster und Eigenschaften konsequenter Führung.
- Die Einheit von Denken – Kommunizieren - Handeln.
- Glaubwürdigkeit – authentisch sein.
- Selbstführung einer konsequenten Führungskraft.
- Selbstdisziplin und Eigenverantwortung fördern.
- Das 7-Schritte Modell zur Nachhaltigkeit von Führung in Unternehmen.
- Zielmotivation gezielt fördern und nachhaltig etablieren.
- Ziele entwickeln und formulieren.
- Realisierbare Pläne entwickeln – klare Verantwortlichkeiten benennen.
- Entscheidungen treffen und konsequent in der Umsetzung begleiten.
- Die mentale Müllabfuhr als Instrument etablieren.
- Spielregeln für eine gute Zusammenarbeit etablieren – Verbindlichkeit steigern.
- Selbstkontrolle fördern.
- Wirkungsvoll kommunizieren.
- Die eigene Position festigen und ausbauen – Instrumente kennen lernen und einsetzen.

Die Führungskraft als Coach**Ziele:**

Die Führungskraft wird in unserer schnelllebigen Zeit mit Veränderungen und neuen Herausforderungen zunehmend zum Coach der Mitarbeiter. Sie wird damit für die Unternehmen erfolgskritisch.

Das Ziel dieses Seminars ist, die Rolle der Führungskraft als Coach mit spezifischen Techniken des Coachings zu ergänzen.

Dem Seminar liegt ein Menschenbild zugrunde, bei dem selbstverantwortliches Handeln, Unternehmertum, Kooperation und Veränderung Tugenden sind, welche die meisten Mitarbeiter bei geeigneter Zielsetzung und Motivation annehmen und umsetzen.

Programm-Inhalte:

- Der Coach: Rolle und Vertrauen
- Change-Coaching
- Team-Coaching
- Empowerment/ Unternehmertum/ Einzelcoaching

Resultate:

Die Führungskraft ergänzt sein traditionelles Führungstechniken-Verständnis durch ein ergänzendes Rollenverständnis als Coach und durch entsprechende Coaching-Instrumente.

Die Führungskraft als Moderator**Ziele:**

Es gibt kaum eine andere Tätigkeit in Schweizer Unternehmen, bei der so viel Zeit von so vielen Leuten gleichzeitig verschwendet wird wie bei Besprechungen, Meetings und Sitzungen.

Ziel dieses Programms ist es, effiziente Kommunikationsformen einzuüben, um die Minutenkosten derartiger Veranstaltungen zu senken, ohne dass dies zu Lasten der Ergebnisse bzw. der erforderlichen Präzision geht.

In den Moderatorentrainings üben die Teilnehmer konkret die Planung und Durchführung zielgerichteter Moderationsprozesse an praktischen Beispielen.

Programm-Inhalte:

- Gesprächsverlauf einer moderierten Teamsitzung (Phasenmodell der Team-Moderation)
- Präzisionsfragetechnik
- Aktivierung kreativer Ressourcen im Team
- ZIAKA®-Modell
 - Zielformulierung, mit SPEZI (Sinnlich, Positiv, Eigeninitiative, Zusammenhang, Intensionserhaltend)
 - Ideen / Lösungsansätze finden
 - Auswahl Ideen / Lösungsansätze
 - Konzeptansatz entwickeln
 - Aktionen / Massnahmen ableiten
- Intensives Üben in Rollenspielen
- Prozessreflektion /-Design
- Problemdiagnose

Die Führungskraft als Teamleiter**Ziele:**

Team-Mitglieder, deren Fähigkeiten und Charaktereigenschaften sich perfekt ergänzen, zu einem gut funktionierenden Team zusammenzuschweißen, ist das Optimum. So lassen sich exzellente Arbeitsergebnisse erzielen und echten „Teamgeist“ wecken.

Hauptziel des Programms ist es, Arbeitsteams dabei zu unterstützen,

- ein gemeinsames Verständnis über die sich stellende Herausforderung zu finden
- aus den Herausforderungen gemeinsame Ziele abzuleiten
- eine konkrete Massnahmenplanung durchzuführen
- das Commitment aller Beteiligten einzuholen
- sich Spielregeln für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zu setzen
- sich über eine sinnvolle Rollenverteilung zu einigen
- mögliche Reibungspunkte auszuräumen, um als Team auf Erfolgskurs zu bleiben

Programm-Inhalte:

- Team-Zusammensetzung
- Vertrauensbildung
- Gestaltung von Team-Meetings
- Zielfindung im Team
- Spielregeln im Team
- Aufgaben und Rollen im Team
- Umgang mit Konflikten im Team

„Vom Kollegen zum Vorgesetzten“**Ziel:**

Das wichtigste Führungs-Know-how und die ersten Schritte im Umgang mit den „zukünftigen Mitarbeitern“ erfahrbar machen und dabei die unmittelbaren „Fettnäpfchen“ erkennen, um rechtzeitig gegensteuern zu können.

Sie erfahren, wie eine „gesunde Distanz“ Ihnen und Ihren Mitarbeitern den Alltag erleichtert.

Sie reflektieren ihre Kommunikation und erlernen erfolgreiche Kommunikationswerkzeuge, die Sie Ihre neue Aufgabe meistern lassen.

Programm-Inhalte:

- Vom Kollegen zum Vorgesetzten (den eigenen Wandel meistern)
- Der Umgang mit der Macht und den Beziehungen (was spielen das Alter und die bisherigen Erfahrungen ihrer Mitarbeiter für eine Rolle?)
- Selbstmotivation und Selbstmanagement in den ersten Tagen als Führungskraft (hemmende und förderliche Einstellungen und Überzeugungen)
- Die individuellen Stärken nutzen
- Typische „Fettnäpfchen“: Do's und Don'ts
- Klare Schritte zur Zusammenarbeit: Wie schaffe ich eine win-win-Situation und wandle die aktuellen Probleme in Chancen um?
- Der persönliche Auftritt (Klarheit, Kongruenz, Kommunikation) - ein entscheidender Faktor für die Vertrauensarbeit
- Die vier Grundformen der Führungskommunikation
- Die eigene Persönlichkeit, der eigene Typ und die unmittelbare Auswirkung

Führen im Verkauf**Ziele:**

Nur zu einem Teil werden Verkaufsleiter an ihrer eigenen Verkaufsleistung gemessen.

Im Vordergrund steht ihre Fähigkeit, ihre Mitarbeiter optimal zu coachen und zu motivieren, um so die gesteckten Umsatzziele und Ergebnisse zu erreichen.

Erkennen Sie die richtige Balance zwischen fordernden Zielen und nötigem Freiraum, um Ihre Mitarbeiter zu motivieren.

Programm-Inhalte:

- Wo stehe ich als Verkaufsleiter?
 - Klassische Aufgaben der Führungskraft
 - Die Führungskraft als Vorbild
 - Präsentieren und repräsentieren
 - Führungsstile – welcher ist der richtige?
 - Das richtige Verhältnis von Ratio und Emotio in der Führung

- Erfolgssteuerung für den Verkaufsleiter
 - Prioritäten setzen – Aufgabenflut beherrschen ohne zu ertrinken
 - Stolpersteine erkennen und vermeiden
 - Stressabbau und Stressvermeidung

- Leistungsfördernder Umgang mit Mitarbeitern im Verkauf
 - Fordernde Ziele formulieren ohne zu überfordern
 - Das leistungsfördernde Mitarbeitergespräch
 - Leistungskontrolle als Checkpoint bei der Zielerreichung
 - Monetäre Anreize – Chancen und Grenzen
 - Wettbewerbe – Möglichkeiten zur Leistungssteigerung

- Klippen und Gefahren
 - Die innere Kündigung von Mitarbeitern vermeiden
 - Problemmitarbeiter – nicht ignorieren sondern agieren
 - Die Anerkennungs- und Sanktionen-Treppe

Erfolgreich verkaufen**Ziele:**

So wie die aktuellen Marktturbulenzen im ersten sichernden Schritt zu intensiven Kosteneinsparungen führen, so ist der zweite Schritt die kreative Akquisition:

- Gewinnung neuer Kunden durch einen innovativen Hebel,
- Ausbau der profitablen Stammkunden durch Jump-Ideen,
- die Absicherung kritischer Kunden durch neue Wege.

Genau diese kreative Akquisition leistet das Winner/s Edge Resulting® Programm „8118“; und zwar unkonventionell und innovativ, wie die 11 Schritte inhaltlich und methodisch eindeutig beweisen. Wenn die Zeiten ungewöhnlich werden, suchen Sie sich einen ungewöhnlichen kreativen Sales-Spezialisten: die Resulter® von Winner/s Edge.

Programm-Inhalte 1/2:

1. Es werden **gezielte potentielle Kunden** von Ihnen ausgewählt, die von Ihnen gewonnen oder ausgebaut werden möchten (**z.B. 10 Kunden**).
2. Ihre **Erfolgsquote**, die erfahrungsgemäß statistisch realistisch ist, wird als Basis zugrunde gelegt, (**z.B. 10:2**).
3. Winner/s Edge verpflichtet sich, diese **Quote zu verbessern** (**z.B. auf 10:4 statt 10:2**).
4. Diese Vereinbarung 10:4 wird **erfolgsorientiert** mit Ihnen vertraglich fixiert.
5. Die Zusammenarbeit erfolgt über den **Zeitraum**, der für die Gewinnung der 10 Kunden-Ziel-Potenziale sinnvoll ist.
6. Dies kann nun mit einem Verkaufsleiter erfolgen als **Einzel-Sparring** oder mit dem Team.

Programm-Inhalte 2/2:

7. Da bekannt ist, dass 90% informal und nur 10% formal gelernt wird (Vortrag-Workshop-Seminare), ist dieser Resulting-Ansatz ein **100% Workplace-Ansatz** des informalen Lernens. Also kein Zeitverlust durch klassische verfehlte Aus- und Weiterbildung.
8. Die Arbeitsweise basiert auf dem Resulting-Ansatz, ist somit **innovativ** und beruht auf „**Extreme und Rapid Learning**“.
9. Die eingesetzten Lernansätze erfüllen den Anspruch von **Nano-Lerneinheiten**
10. Eingesetzt werden keine „Moderatoren, Coaches, Trainer, Berater“, die sich dem Thema theoretisch nähern, sondern **Sales-Profis / „Resulter“**, die selber nachweislich praktische, langjährige Erfolgsnachweise vorzeigen können. Unternehmer eben, zwischen 40 und 50, keine Youngster, die den Kunden als verlängerte Uni interpretieren.
11. Ganz wichtig: **Keine Standards**, jeder der 10 Kunden-Potenziale ist einzigartig. Hier ist **improvisatorische, kreative Intelligenz** erforderlich, nicht die banalen, sich immer wiederholenden Standards, die Sie ja bereits kennen.

Strategisches Verkaufen – ein ganzheitlicher Prozess**Ziele:**

Im strategischen Verkaufsprozess zählen nicht primär die "hard skills" wie rhetorische und kommunikative Techniken, sondern die Fähigkeit des Verkäufers, den gesamten Kaufprozess richtig und vollständig aus Sicht des Kunden zu sehen und zu verstehen. Dieses Seminar vermittelt und trainiert die dafür nötigen Kenntnisse. Danach sind Sie in der Lage, Ihre Verkaufserfolge bei komplexen Projekten durch systematische Vorbereitung und Kenntnis der kritischen Erfolgsfaktoren des gesamten Verkaufsprozesses weiter auszubauen

Programm-Inhalte:

- Festlegung des idealen Kundenprofils (IKP)
- Elemente des strategischen Verkaufen
 - SWOT-Analyse / Ableitung des strategischen Verkaufsziels
 - Wettbewerbsanalyse / Situationsanalyse
- Kaufbeeinflusser
 - Funktionen und Rollen
- Einstellungen wichtiger Kaufbeeinflusser
- Zentrale Entscheidungskriterien
 - Resultate und persönliche Gewinne
 - Argumente und Nutzen für Entscheidungsträger
- Der Verkaufstrichter als Check-up und Planungs-Instrument
 - Die Ebenen im Trichtermodell
 - Projektgewichtung
 - Steuern der Aktivitäten mit Vorlaufzeiten und Hitrates

Stammkunden profitabel managen**Ziele:**

Der Akquisitionsaufwand für die Gewinnung neuer Kunden ist um ein Vielfaches höher als der erforderliche Aufwand, um Stammkunden zu halten und dauerhaft zu binden.

Stammkunden sind für die meisten Unternehmen das wichtigste Kapital, doch viele lassen sich hier sichere Gewinnchancen entgehen. In stagnierenden Märkten wird professionelles Stammkunden-Management zunehmend zur Überlebensvoraussetzung.

Deswegen lernen unsere Teilnehmer konsequent:

- Strategien zur Erhöhung des Umsatzvolumens mit Stammkunden zu entwickeln
- zuverlässig Indikatoren zu erkennen, um ihre Zeitressourcen nach Kundenpotenzial (Stagnations-, Halte- oder Wachstumskunde) zu planen.

Programm-Inhalte:

- Kundenbindung durch Mehrwert des gesamten Leistungsangebots:
 - Qualität der Produkte, der Dienstleistung, der kundenbezogenen Prozesse, Qualifikation der Mitarbeiter
 - Flexibilität der Leistungserbringung
 - Begegnungsqualität
- Kontaktpflege: Individuelle und dialogorientierte Kommunikation
- „Networking“ und Beziehungsmanagement
- Cross-Selling
- Erfolgreiches Beschwerdemanagement
- Aktive Entwicklung freundschaftlicher Geschäftsbeziehungen

Neukunden professionell gewinnen**Ziele:**

Neukundengewinnung ist eine der anspruchsvollsten Aufgaben im Verkauf, sowohl im Geschäfts- als auch im Privatkundenbereich. Doch mit Systematik, Disziplin, Mut zum Risiko und den richtigen Zielen lässt sich diese Herausforderung Schritt für Schritt meistern.

Ziele:

- Verkaufsmitarbeitern einen Check-up zu ermöglichen, um neue Trends in der professionellen Marktbearbeitung kennenzulernen
- den Verkaufsprozess effizienter gestalten
- nicht nur die „Farmer“-, sondern vor allem die „Hunter“-Qualitäten der Verkaufsmitarbeiter stärken

Programm-Inhalte:

- Selektion der Richtigen: Entscheiderstrukturen und Profit-Potenziale erkennen (Idealzielkunden-Profil)
- Zielkunden definieren und die „Neukunden-Pipeline“ konsequent auffüllen
- Strategische Verkaufsplanung: Die Idee der Erfolgsplattform
- Kreative Kontaktformen
- Strategische Hebel zum Verkaufserfolg entwickeln (Konzept, Idee und Massnahmenplanung)
- USP – UBP - URP
- Akquisitionsinstrument: Angebot
- Bild, Story, Emotion
- Einwände integrieren
- „Decision Pending“: Was tun, wenn die Entscheidung „hängt“?
- „Closing“ – Der Abschluss ist unser Ziel!

Umsatzausweitung durch Neukundenakquise**Ziele:**

Zur Erreichung Ihrer Umsatz- und Absatzziele ist die ständige Neukundenakquise unerlässlich.

Durch Wettbewerbseinflüsse verlorene Bestandskunden, abnehmende Potenziale bei Bestandskunden verursachen mittel- und langfristige Umsatzminderungen.

Ein Ausgleich bzw. eine Überkompensation im Sinne eines Umsatzzuwachses ist nur mit einer gezielten und regelmässigen Neukundenakquisition erreichbar.

Durch Vermittlung der wichtigsten Tools und Techniken wird die Voraussetzung für regelmässige und erfolgreiche Neukundengewinnung geschaffen.

Programm-Inhalte:

- Neukundenakquise – Wie und warum?
 - Notwendigkeit der Neukundengewinnung
 - Voraussetzungen erfolgreicher Neukundengewinnung
 - Barrieren auf dem Weg zum neuen Kunden
- Einschätzung und Bewertung von Neukunden
 - Interessante Neukunden klassifizieren
 - Wichtige Kundeninfos recherchieren und sammeln
 - Die richtigen Entscheider beim Kunden
- Das Telefon – der erste Kontakt zum neuen Kunden
 - Gesprächsleitfaden als Basis erfolgreicher Telefonate
 - Typische Kundeneinwände erfolgreich meistern
 - Eigenmotivation nach schwierigen Telefonaten
- Erstbesuch und Entwicklung der Kundenbeziehung
 - Was erwartet der Kunde?
 - Bild, Story, Emotion
 - Das Angebot als Akquise-Instrument
 - Nutzendarstellung aus Kundensicht
 - WIN-WIN als Basis der Kundenbeziehung

Erfolgreich verkaufen**Ziele:**

Erfolgreiche Verkäufer besitzen zwei grundlegende Eigenschaften: Sie arbeiten mit hoher Motivation weitgehend selbstständig und beherrschen die wichtigsten Verkaufs- und Abschlusstechniken bzw. wenden diese konsequent an. Ebenso werden strategische Partner bei grossen Objekten konsequent in die Verkaufsaktivitäten eingebunden und genutzt.

Nach diesem Seminar sind Sie in der Lage, Ihre Erfolge im Verkauf durch systematische Vorbereitung und optimierte Verkaufstechniken weiter auszubauen.

Programm-Inhalte:

- Die richtige Vorbereitung von Kundenkontakten
 - Touren- und Terminplanung
 - Kundeneinschätzung und Bewertung
 - Gezielte Nutzung von Kundendaten
- Prioritätenmanagement
 - Pareto-Prinzip
 - ABC-Methode nach Seiwert
- Verkaufsgespräche richtig führen
 - Richtige Gesprächsvorbereitung
 - Erfolgsphasen des Verkaufsgesprächs
- Techniken beim Verkaufsgespräch
 - Richtig fragen
 - Aktiv zuhören
 - Einwände richtig behandeln
 - Nutzendarstellung aus Kundensicht
 - Erfolgreich abschliessen – Hemmnisse überwinden
- Verkauf mit strategischen Partnern

Ziele:

Top-Verkäufer haben nicht nur Überzeugungsvermögen, Durchsetzungskraft und Argumentationsgeschick: Sie verfügen auch über ausgefeilte Begeisterungsstrategien.

Der entscheidende Erfolgsfaktor für Top-Verkäufer ist die Fähigkeit, Emotionen zu erzeugen. Sie sind so in der Lage, Kunden jederzeit schlagfertig die passenden Impulse zu geben, um sie sicher zu einer positiven Entscheidung zu führen.

Wir liefern Ihren Verkäufern treffende Bilder, Vergleiche und Verkaufsgeschichten, um in der Phase, wo Kunden überlegen, hochwirksame verkaufsaktive Impulse zu setzen und so Kunden punktgenau zum Ziel zu führen.

Programm-Inhalte:

- “Contacting”: Erfolgs-Tools, um Türen zu öffnen
- “Attracting”: Gut ankommen
- Bei Kunden Lust wecken und ein Erlebnis verkaufen
- Mit Worten (ver-)führen: Power-Wording
- Power-Sprache und Magic Words
- Innere Einstellung und logische Ebenen im Verkauf
- Argumenten-Suchmaschine: Kundenmotive als Argumentationsmotor einsetzen
- Training der Verkaufs-Reflexe
- Kreativ-Übungen zur Optimierung der persönlichen Verkaufsrhetorik
- “Zahlenspielerereien!” Training der rechnerischen Argumentationskompetenz
- Abschlusstechniken der Verkaufselite
- Verkaufsgeschichten und Metaphern für die Verkaufsarbeit nutzen

Aktiv am Telefon verkaufen**Ziele:**

Sie wollen Kundenanfragen verkaufsaktiv nutzen, Abstimmungen mit Kunden, Reklamationen als Chance nutzen, Produkte und Dienstleistungen aktiv am Telefon vermarkten.

Das Programm vermittelt die psychologischen Grundlagen der Gesprächsführung am Telefon und eine Fülle von Anregungen, um ein für Ihr Unternehmen massgeschneidertes Telefonkonzept zu erstellen.

Darüber hinaus lernen Ihre Mitarbeiter, positiv mit „Neins“ umzugehen und sich für die Herausforderungen der Telefon-Akquise stets aufs Neue selbst zu motivieren.

Programm-Inhalte:

- Grundregeln für erfolgreiches Telefonieren
- Aktiver Telefonverkauf
- Die Stimme – Ihre persönliche Visitenkarte beim Telefonieren
- Gesprächsplanung und -Aufbau
- Persönlichen Kontakt herstellen
 - Interesse wecken
 - Schlagkräftig und „hautnah“ argumentieren – gezielt Nutzen anbieten
 - Widerstände überwinden
- Typische Gesprächssituationen aus der Praxis (Teilnehmerwünsche werden berücksichtigt), z.B.
 - „Vorzimmer“-Barrieren überwinden
 - Kundentermine per Telefon gewinnen
 - Reklamationen als Chance nutzen
- Persönliche Energie und geistige Fitness beim Telefonieren

Persönlichkeitsspezifisch verkaufen**Ziele:**

Erfolgreiche Verkäufer besitzen sowohl Fachkenntnisse, die sie zum geschätzten Gesprächspartner ihrer Kunden machen als auch soziale Kompetenzen, die das Verkaufen auf der emotionalen Ebene ermöglichen.

Dieses Seminar ermöglicht eigene Verhaltenspräferenzen zu erkennen und daraus erfolgsgerichtete Verhaltensabläufe bei verschiedenen Kundentypen abzuleiten

Programm-Inhalte:

- Grundlagen nach INSIGHTS MDI®
 - Was misst INSIGHTS MDI®
 - Extraversion vs. Introversion
 - Sach- bzw. Aufgabenorientierung
 - Sensorik und Intuition
- Verhaltenstypen nach INSIGHTS MDI®
 - Die Bedeutung der 4 Grundtypen
 - Übertragung und Zuordnung eigener Verhaltensmuster
 - Beschreibung von Stärken – und Schwächenmustern
 - Natürliche Neigungen und Präferenzen
- Richtig agieren bei verschiedenen Verhaltenstypen
 - Die Verhaltenspräferenzen von Gesprächspartnern erkennen
 - Was bedeutet das für mein Verhalten?
 - Adaption des Überzeugungs- und Verkaufsstils
 - Motivations- und Kompetenzschlüssel
- Eingehen auf den Verhandlungspartner in den entscheidenden Verkaufsphasen
 - Kommunikationschecklisten für die einzelnen Typen

Höhere Preise durchsetzen**Ziele:**

Täglich werden Verkäufer im Markt mit der Forderung nach günstigeren Preisen konfrontiert. Sie treffen hier sehr oft auf Einkäufer, die in Preis- und Verunsicherungs-techniken geschult sind.

Bestehen kann hier nur der Verkäufer, der Verkaufsgespräch und Preisverhandlung als kompletten Prozess versteht und mit den richtigen Techniken auf Nachlassforderungen reagiert. Nach diesem Seminar verstehen die Teilnehmer höhere Preise mit den richtigen Techniken und Argumentationsketten besser durchzusetzen.

Programm-Inhalte:

- Der Verkäufer beim Preisgespräch
 - Die richtige Einstellung zum eigenen Preis
 - Psychologische Ursachen von „Preisdrückerei“
 - Preisverhandlungsrituale verstehen
 - Mit psychologischen Barrieren richtig umgehen
- Preisverhandlungen professionell vorbereiten
 - Warum soll der Kunde meinen Preis bezahlen?
 - Nutzenargumentation aus Kundensicht
 - Festlegen von Preiskorridoren
 - Betriebswirtschaftliche Folgen von Preisnachlässen
 - Sonderkonditionen mit Gegenleistungen verknüpfen
- Preiskonzepte und Vergütungsregelungen
 - Preiskonzepte nach Leistungen und Kundengruppen
 - Leistungsanreize für TOP-Partner mit intelligenten Systemen
 - Eigene Ziele mit Vergütungsregelungen unterstützen
- Die Preisverhandlung beim Kunden
 - Zu teuer vs. preiswert
 - Glaubwürdigkeit bei Preisnachlässen
 - Tricks und Taktiken

Einkaufsverhandlungen erfolgreich führen**Ziele:**

Das Beschaffungswesen leistet in der Wertschöpfungskette von Unternehmen einen wesentlichen Beitrag. Auf tausend durchgeführte Verkaufstrainings in aller Welt kommt aber kaum ein Programm, das sich mit den spezifischen beruflichen Anforderungen von Einkäufern beschäftigt.

Insofern entwickeln Einkäufer gelegentlich "rhetorisch geschulten" Verkäufern gegenüber Skepsis und Misstrauen. Sie fürchten, bei entscheidenden Verhandlungen in Fallen von Verkaufsprofis zu geraten.

Vor diesem Hintergrund greifen wir die wichtigsten Fragen und Themen auf:

Programm-Inhalte:

- Umgang mit vertrieblichen Strategien aus Einkäufer-Sicht
- Optimierung von Preis- und Lieferkonditionen
- Menschenkenntnis für Einkäufer
- Entwicklung von Verhandlungsstrategien für Einkäufer
- Umgang mit Widerständen in der Einkaufsverhandlung
- Ergebnissicherung im Gespräch
- Stressvermeidung beim Lieferantenwechsel
- Interessenausgleich statt "Konditionenpoker"
- Gestaltung stabiler Lieferantenbeziehungen

**Kundenorientiertes Verhalten im
technischen Service/ Kundendienst****Ziele:**

Kundendiensttechniker, Monteure, Anwendungstechniker sind für das Unternehmen ein wichtiges Bindeglied zum Kunden.

Die fachliche Leistung vorausgesetzt, bestimmen Auftreten und Verhalten massgeblich die Qualität der Kundenbeziehung. Als technischer Experte, Mensch und Persönlichkeit repräsentieren sie den Betrieb. Das Erscheinungsbild prägt das Image und die qualitative Stellung des Unternehmens im Markt. Die Servicequalität wird immer öfter zum kaufentscheidenden Faktor, denn Kunden schliessen häufig von den äusseren Faktoren auf die Qualität der Leistung.

Die Teilnehmer lernen an praktischen Beispielen, in welcher Form sich ihr eigenes Verhalten auf den Geschäftserfolg auswirkt. Sie erkennen, dass nur ein guter Service und ein entsprechendes Verhalten das Folgegeschäft absichert.

Programm-Inhalte:

- Kundenorientierung und Servicequalität als Wettbewerbsvorteil
- Lösungsorientiert statt problembefangen arbeiten
- Grundlegende Etikette:
 - Freundlichkeit
 - Sauberkeit
 - Ordnung
 - Pünktlichkeit
- Freundliche Begrüssung, persönliche Anrede
- Schlussvereinbarung und Verabschiedung
- Meine Sprache, mein Erscheinungsbild und wie es auf den Kunden wirkt
- Beziehungsaufbau „Small Talk – Big Business“
- Erwartungen des Kunden erfragen und erfüllen
- Arbeitsabläufe mit dem Kunden abstimmen
- Fluchen – Zeichen von Aggressivität und mangelnder Selbstkontrolle
- „Zauberwörter“ Bitte und Danke
- Diskussion gewonnen – Kunde verloren
- Verhalten bei Terminverschiebung bzw. Verspätungen
- Zusatzgeschäfte generieren
- Souveränes Beschwerdemanagement
- Montagefehler oder Schadensfälle – was dann?
- Umgang mit unterschiedlichen Kundentypen

Messtraining für erfolgreiches Standpersonal**Ziele:**

Mehr Erfolg durch gut trainiertes Standpersonal!

Immer mehr Unternehmen erkennen die Bedeutung von Messen und Ausstellungen im Rahmen ihres Marketing-Mix. Der schönste Messestand nützt aber wenig, wenn die Verkaufsmannschaft kein Team darstellt, welches für das Unternehmen, die Produkte Maßstäbe setzt und durch den persönlichen Auftritt besticht.

Programm-Inhalte:

- Effizienter Umgang mit dem Medium „Messe“
(Messevorbereitung, Kundeneinladung)
- Die Gastgeberrolle am Messestand
- Aufbau einer harmonischen Gesprächsbeziehung mit dem Kunden
- Qualifizierte Interessentenansprache am Messestand
- Echte Interessenten erkennen, Zeitdiebe entlarven
- Analyse des Kundenbedarfs
- Professionelles und vollständiges Erfassen der Kontaktformulare
- Verkaufswirksame Nutzenargumentation
- Erfolgreicher Umgang mit Kundeneinwänden
- "Closing": Abschlusstechniken für die Messe
- Messenachbereitung und Nachfass-Aktionen

6-Step-Change-Results**Ziele:**

Veränderungsprozesse, die strukturiert, schnell und mit nachhaltigen Ergebnissen ablaufen, erfüllen zwei wesentliche Bedingungen:

- Sie synchronisieren die harten und weichen Faktoren
- Sie sind „komplett“ und nutzen die Change-Hebel systematisch (6-Step)

Das Ziel dieses Workshops ist

- die Veränderungssystematik an konkreten Projekten (Projektteams) zu erarbeiten und zu vermitteln
- und dabei die harten und weichen Faktoren parallel und abgestimmt anzugehen.

Programm-Inhalte:

- ReGeneration als Zyklus (Identität von hard/ soft factors im Change
- ReAnalyse - ReView
- ReInvent - ReEnvision
- ReEngineer - ReThink
- ReCommit - ReEnsure
- ReStructure - ReTrain
- ReEnforce - ReVitalize

Resultate:

Anhand von Projekt-/Veränderungsinstrumenten werden im konkreten Fall die spezifischen Anforderungen im Veränderungsprozess konkretisiert und abgebildet (Status).

Auf dieser Basis können konkrete resultatorientierte Ableitungen und Massnahmen entwickelt und umgesetzt werden.

Coaching von Veränderungen**Ziele:**

Veränderungen elegant und schnell zu managen, wird immer erfolgskritischer für Unternehmen und deren Führungskräfte.

Das Ziel dieses Seminars ist es für

- Führungskräfte
- Projektleiter

eine Grundlage des Change Managements zu vermitteln, die unmittelbar in Veränderungsprozesse umgesetzt werden können.

Programm-Inhalte:

- Veränderungsszenarien
- Zielzustände
- Flexibilisierung von Stuck-Zuständen
- Neue Perspektiven, neue Rahmen
- Als-Ob-Szenarien
- Präzise Fragetechnik
- Einwand-Integration
- Konfrontation mit der neuen Realität
- Modelle für Sicherheit: Mitstreiter – Mentoren - Manager
- Fehlerkultur
- Ankern neuer Programme/Routinen
- Integration neuer Kompetenzen

PMI – Post Merger Integration**Ziele:**

Wenn die Unterschriften unter eine Fusion oder Akquisition gesetzt sind, fängt die Integrationsaufgabe in aller Regel erst an.

Ziel dieses Seminars ist es, die für die Integration notwendigen Prozesse zu vermitteln und spezifisch zu strukturieren: Es ist deshalb besonders für die beginnende Arbeit in Integrationsprozessen geeignet.

Programm-Inhalte:

(werden auf die jeweilige Fusionssituation abgestimmt):

- Mensch im Merger
 - Outplacement
 - Orientierung
 - Integration
- Mergersituation verstehen/ Status/ Würdigung der Vergangenheit
- Spielregeln und Muster brechen/ Konfliktlösungen
- Vertrauen im Merger sicherstellen
- Gemeinsame Zukunftsorientierung/ Rolle Führung
- Integrationsstrategie/ Schwerpunkte
- Integrationsprojekte
- Integration von Prozessen
- Integration von Organisationseinheiten
- Integrationskosten/ -Synergien
- Integrationsmanagement-/ Office

Resultate:

Die Teilnehmer entwickeln eine spezifische Integrationsstrategie und Umsetzungsmassnahmen: konkret – praktisch – handlungsorientiert

Qualitätsverbesserungsprozess on the job (QVP)**Ziel:**

Schnelligkeit und Flexibilität in den Unternehmensprozessen zu erreichen. Es wird dem Mitarbeiter bewusst gemacht, dass Kundenorientierung sehr eng mit den Prozessen verknüpft ist.

Qualität entsteht nur dann, wenn der „interne / externe“ Kunde in den Mittelpunkt gestellt wird. Kundenorientierung im Denken und Handeln setzt das Wissen um den nächsten Kunden im Prozess voraus. Was genau will er, was muss getan werden, damit seine Wünsche zu 100% erfüllt werden, wie messe ich die Ergebnisse? – Fragen, die der Teilnehmer lernt zu beantworten.

Es wird dem Mitarbeiter bewusst gemacht, was wertschöpfende Tätigkeiten sind, sei es in der Produktion oder im Verwaltungsbereich.

Er lernt Verschwendungsarten kennen und Möglichkeiten der Eliminierung.

Er wird sensibilisiert, dass jeder tagtäglich verpflichtet ist, seine Prozesse kontinuierlich zu verbessern, um den langfristigen Unternehmenserfolg abzusichern.

Er wird dazu befähigt, seine Prozesse im Team selbst zu gestalten und bei Bedarf anzupassen, denn die Erfahrung zeigt, dass niemand anders dies besser tun kann, als der Mitarbeiter „vor Ort“.

Programm-Inhalte:

Der „Ziel – Ergebnis – Prozess“ (ZEP) ist eine Methode, die auf 8 Schritten basiert.

Sie ist streng zielorientiert und stellt eine Übereinstimmung mit den Kundenanforderungen sicher. Sie bezieht sich auf ein bestimmtes Produkt, eine Dienstleistung oder einen Prozess.

Die Mitarbeiter wenden die Methode an, wenn die Qualität eines vorhandenen Arbeitsergebnisses geändert oder ein neues Ergebnis erreicht werden soll.

Im Unternehmen entwickelt sich eine einheitliche Prozesssprache, die Missverständnisse verhindert.

Problemlösungsprozess on the job (PLP)**Ziel:**

Ziel der Methode ist, Veränderungen und Anpassungen in Abläufen und in Arbeitsbedingungen zu bewirken; dies im Sinne der Absicherung einer kontinuierlichen Verbesserung (KVP).

Es wird eine gemeinsame „Sprache“ entwickelt, die Missverständnisse verhindert, den Entscheidungsprozess erleichtert und die Delegation von Problemlösungen fördert. Die Lösungsneutralität wird durch teamorientiertes Handeln gewährleistet.

Das Programm:

Die Methode basiert auf 5 Schritten. Sie wird unterstützt mit statistischen Werkzeugen für Qualität, wie Pareto, Ursache- & Wirkungsdiagramm, Entscheidungsmatrix, etc.

Die Teilnehmer lernen einfache Kreativitätstechniken zu beherrschen, damit sie als Team eigenständig und systematisch zur besten Lösungsalternative gelangen.

Programm-Inhalte:

- Neue Denk- und Verhaltensweisen, sowie Problem- und Fehlerverständnis
- Teambildung und -entwicklungsprozess
- Konflikte im Team beherrschen
- Die PLP Methode und wann wird sie angewendet?
- Probleme sichten und definieren
- Probleme analysieren
- Lösungen erarbeiten
- Lösungen selektieren und planen
- Lösungen umsetzen und bewerten
- Statistische Werkzeuge für Qualität
- Kreativitätstechniken

Methode:

Der Prozess zur Problemlösung (PLP) wird an einem echten Problembeispiel aus dem Unternehmen erlernt. Durch intensive Gruppenarbeit werden die vermittelten Methoden und Instrumente gefestigt.

On-the-job-Wege zur besseren Arbeitsorganisation**Ziel:**

Die Basis zur besseren Arbeitsorganisation ist Disziplin, Ordnung und Sauberkeit im Unternehmen. Den Mitarbeitern wird bewusst, dass einerseits das persönliche Auftreten andererseits das Erscheinungsbild z.B. einer Abteilung oder eines Bereiches das Vertrauen zum Kunden und der Öffentlichkeit prägt.

Nur wer innen hält und lebt, was er nach aussen verspricht, kann qualitativ hochwertige Produkte produzieren und topp Dienstleistungen erbringen, die einen höheren Preis rechtfertigen. Darum gilt es aufzuräumen und auszusortieren. Wird der Arbeitsplatz sauber gehalten, macht es Spass an ihm zu arbeiten.

Steht alles an seinem „richtigen“ Platz, so wird kostbare Zeit gespart, die für wertschöpfende Tätigkeiten eingesetzt werden kann. Werden Anordnungen zu Regeln und Standards gemacht, werden Fehler vermieden.

Am Ende des Workshops sind die ersten Massnahmen umgesetzt und Folgeaktivitäten, sowie Regularien gemeinsam definiert und vereinbart.

Vorgehensweise:

- Die Gruppe wird im Rahmen eines theoretischen Einführungsteils für das Thema sensibilisiert.
- Spielregeln und Rahmenbedingungen werden festgelegt.
- Gemeinsam werden „Vor Ort“ die Verbesserungspotenziale gesammelt, analysiert und strukturiert.
- Die Umsetzung wird geplant und die ersten Massnahmen ergriffen.

Besprechungen effektiv und effizient durchführen**Ziel:**

Eine zielorientierte Besprechungskultur spart erheblich Zeit – Zeit ist unser teuerster Produktionsfaktor. Gerade in Besprechungen wird dies oft missachtet.

Offenheit und Vertrauen sind die Basis für Selbstverantwortung, Eigeninitiative und Selbststeuerung. Der Workshop vermittelt und trainiert den „Umgang miteinander“. Es werden die Elemente der Gesprächsführung trainiert, das Rollenverständnis dargestellt, Instrumente der Planung, Durchführung und Nachbearbeitung von Besprechungen werden vorgestellt, diskutiert und unternehmensspezifisch angepasst.

Die Teilnehmer lernen den Teamentwicklungsprozesse kennen, mit Emotionen umzugehen und Besprechungsziele sicher zu formulieren.

Inhalte:

- Zwischenmenschliche Verhaltensweisen
- Elemente der Gruppendynamik u. Teamentwicklung
- Gruppenentwicklung nach Tuckman
- Planung einer Gruppensitzung
- Die 10 wichtige Fragen zu beachten
- Makrobetrachtung und potenzielle Chemie
- Wohlgeformtheit von Zielen
- Die Rollenverteilung
- Prozess einer Sitzung planen
- Die drei Phasen einer Gruppensitzung
- Umgang mit Emotionen
- Besprechungsfeedback

Methode:

Anhand von Beispielen und Übungen werden die Teilnehmer lernen, Besprechungen effektiver und effizienter zu machen.

Projektmanagement aufbauen und implementieren

Ziele:

Die Projektorganisation verbindet die funktionale mit der Prozess-Organisation. Sie führt durch methodisches, zielorientiertes Vorgehen schneller zu Ergebnissen und erzeugt eine gemeinsame Sprache, die Missverständnisse abbaut.

Systematisches Projektmanagement bedeutet klare Zielvorgaben in Bezug auf Zeit, eingesetzte Kapazitäten und Ressourcen. Es führt zu einem strikt ergebnisorientierten Denken und Handeln.

Ziel ist es, mit der Projektmanagementmethode eine Organisationsform der „praktizierten“ Schnelligkeit zu schaffen, um den sich ständig ändernden Kundenanforderungen gerecht zu werden.

Die Schnelligkeit im Ablauf und in den Entscheidungsphasen wird erreicht durch ein einheitliches, unternehmensspezifisches Instrumentarium, so wie Methoden, die von allen akzeptiert und angewandt werden.

Die abteilungs- aber auch die bereichsübergreifende Kommunikation wird gefördert.

Vorgehensweise und Programm-Inhalte:

- Unternehmensspezifische Projektorganisation festlegen.
- Die unterschiedlichen Projektausprägungen eruieren, den Prozess definieren und das entsprechende Instrumentarium bereitstellen und trainieren.
- Die Rollen „Projektleiter“, „Teammitglied“ und „direkte Führungskraft“ im Projektmanagementprozess darstellen und kommunizieren.
- Die Moderationsmethode und effektive Gesprächsführung werden intensiv geübt.
- Der Umgang mit Konflikten im Team und das Wissen um den Teamentwicklungsprozess werden vermittelt.
- Die Methode zur systematischen Problemlösung mit den entsprechenden Kreativitätstechniken und Instrumentarien für Qualität werden an praxisnahen Beispielen trainiert.

Zeitmanagement und Arbeitsorganisation**Ziele:**

Optimales Management der Zeit und der persönlichen Ressourcen ist angesichts der zunehmenden Anzahl von Aufgaben, Terminen, Belastungen eine dauerhafte Herausforderung für alle.

Das Seminar verschafft den Teilnehmern eine fundierte Übersicht über bewährte, aber auch topaktuelle Strategien und Techniken des Zeit- und Selbstmanagements.

Programm-Inhalte:

- Übersicht verschaffen
 - Ziel-Mittel-Analyse
 - Time-Mindmap
- Ziele setzen und formulieren
 - Kriterien für eine wohlgeformte Zielbestimmung (mit SPECI)
- Prioritäten setzen
 - ABC-Analyse
 - Mission Statement
 - Pareto- und Eisenhower-Prinzip
 - Salami-Taktik
 - Getting Things Done
 - Delegieren
- Planen
 - Schriftlich planen
 - Mehrere Zeithorizonte
 - ALPEN-Methode
 - Leistungskurve und “Goldene Stunde”
 - Ziel- und Zeitplanbücher: Vor- und Nachteile
- Motivation und Ressourcen-Management
 - Positive Einstellung, Erfolgskontrolle und Erfolgserlebnis
 - Eu-Stress und “Dis-Stress”
 - Personal Power-Elemente und “Moments of Excellence”
- Die sieben Wege zur Effektivität nach Stephen Covey:

Optimierte Personalentscheidungen und Personalentwicklung durch präzise Potenzialanalysen und abgesicherte Ergebnisse

Ihre Herausforderung:

Der richtige Kandidat mit den richtigen Fähigkeiten und Kompetenzen für die richtige Arbeitsstelle – die effiziente Personalauswahl und -Entwicklung – erweisen sich zunehmend als ausschlaggebend für den Unternehmenserfolg.

Gerade bei Führungskräften, aber auch bei Mitarbeitern, ist ein exaktes Wissen um die individuellen Potenziale von Bewerbern die entscheidende Voraussetzung für den Unternehmenserfolg.

Unser Leistungsangebot:

Winner/s Edge unterstützt Sie dabei, diese Herausforderung zu meistern. Basis dafür sind von uns ausgewählte solide, seit über 10 Jahren multinational eingesetzte und stets weiterentwickelte Diagnose-Instrumente.

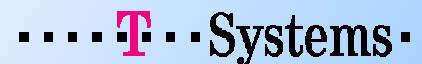
Mit langjähriger Projekterfahrung bieten wir Ihren Bedürfnissen entsprechende massgeschneiderte Konzepte an, die sich sehr differenziert für Personalauswahl und -entwicklung einsetzen lassen.

So garantieren wir Ihnen:

- ✓ Schnelle und bedarfsspezifische Potenzial-Analysen
- ✓ Arbeitsplatz-Analyse zur Jobdefinition
- ✓ Abgleich der erhobenen Werte- und Motivationsstruktur mit den Anforderungen der Position
- ✓ Höchstes Durchführungs- und Ergebnisniveau
- ✓ Benchmarking des Jobs und der Mitarbeitenden
- ✓ Umfassende Ergebnisberichte für die Teilnehmer mit Entwicklungsvorschlägen
- ✓ Persönliches Feedback an die Teilnehmer mit hilfreichen Interpretationen und Entwicklungsvorschlägen
- ✓ Massgeschneiderte Personalentwicklung durch Kenntnis der:
 - Bevorzugten Denk- und Arbeitsstile des Mitarbeiters
 - Persönlichen Interessen, Einstellungen, Werte und Kompetenzen



orell füssli Holding AG



**Winner/s Edge (Schweiz) AG
Postfach 435 – CH 5430 Wettingen 1
Tel. +41 (0)56 437 16 62
Fax +41 (0)56 427 48 87
www.winners-edge.ch**

Meetings & Events: Schloss Bad Zurzach

