

SEMINARE

BRAINPOWER FÜR IHR BÜRO

Als Präsenz- oder
Online-Workshops

- Marketing
- Pressearbeit
- Werbung
- Präsentation
- Moderation
- Social Media
- Arbeitsorganisation
- Zeitmanagement
- Teamarbeit



nicole
wünsch

BRAINPOWER!

Online vs. live

„Online-Schulungen sind doch nicht so effizient und die Teilnehmer langweilen sich schneller . . .“ Wer das glaubt, war noch nicht in meinen Online-Workshops ;-). Denn ob Online-Trainings langweilig sind oder die Zeit wie im Flug vergeht, hängt von der Art der Präsentation, der Seminarstruktur und der konsequenten Einbindung der Teilnehmer in das Geschehen ab. Daher sind meine Trainings WORKshops und keine Death-by-Powerpoint-Vorträge. Und sie machen riesigen Spaß – versprochen!

Zielsetzung

Das Ziel der Seminarreihe „Brainpower“ ist die Vermittlung von Know-how, das Sie gleich am nächsten Tag im Büro umsetzen können – also die Realisierung von konkreten Ideen und das Wissen um die notwendigen Arbeitsschritte und ihre effektivste Reihenfolge. Um dieses Ziel zu erreichen, ist die Anzahl der Teilnehmer auf maximal 8 Personen begrenzt (bei einigen Seminaren sogar auf nur 4 oder 6 Personen). Denn nur dann bleibt ausreichend Raum für individuelle Fragen und firmenspezifische Lösungsansätze.

Falls in den Wochen nach dem Seminar doch noch einmal Fragen zur Umsetzung des Gelernten in der Praxis auftauchen, stehe ich den Teilnehmern auch weiterhin zur Verfügung. Auf diese Weise ist Ihr Schulungserfolg nachhaltig gesichert!

Methodik

Alle Schulungsangebote dieses Heftes sind so konzipiert, dass den Teilnehmern zunächst das Grundlagenwissen vermittelt wird, wobei die Seminargäste durch Einbringen der eigenen Erfahrungen aktiv in das Schulungs-Geschehen mit eingebunden werden. Nach der Vermittlung des Gelernten können die Teilnehmer in praktischen Übungen das Erlernte ausprobieren. Jeder Teilnehmer erhält mehrseitige Seminarunterlagen, die das Erlernte zusammenfassen, sowie ein Teilnehmerzertifikat. Einige der im Folgenden aufgeführten Schulungen enthalten ähnliche Bausteine, so dass Sie sich das für Sie passende Seminar in der von Ihnen gewünschten Zusammenstellung heraussuchen können!



Präsenz- und Online-Workshops

Die Seminare und Workshops können sowohl als Präsenz-Veranstaltung in einem Tagungshotel oder als live Online-Workshops durchgeführt werden. Feste Termine gibt es daher NICHT, sondern ich koordiniere alle Seminaranfragen nach Ihrem konkreten Bedarf! Mailen Sie mir einfach, welches Seminar Sie interessiert und wir besprechen gemeinsam einen passenden Termin.

Firmenspezifische Seminare

Sie möchten ein geschlossenes Seminar für Ihre Mitarbeiter mit firmenspezifischen Inhalten? Dann melden Sie sich gerne telefonisch unter 040/60535507 bei mir und wir besprechen, wie wir Ihr Wunschseminar am besten konzipieren können.



Buchungsanfragen

Zur Anfrage eines Seminartermins schicken Sie bitte eine Mail mit dem Buchungscode, Ihrer rechtsgültigen Firmierung, Adresse, dem Namen des Teilnehmers und einem Wunschtermin an: hello@nicole-wuensch.de

Die Preise richten sich nach der Teilnehmerzahl Ihres Unternehmens und der Frage, ob der Workshop online oder live und wenn live, in welcher Location und mit welcher Verpflegung durchgeführt werden soll.

Ich freue mich schon auf ein spannendes Seminar mit Ihnen!

Nicole Wünsch

INHALTSVERZEICHNIS



Ganztagesseminare

Marketing-Strategie definieren	Seite 6 - 7
Marketing für Existenzgründer	Seite 8 - 9
Texte schreiben & Pressearbeit	Seite 10 - 11
Präsentationen & Meetings	Seite 12 - 13
Moderatoren-Ausbildung	Seite 14 - 15
Personal-Gewinnung und -Bindung	Seite 16 - 17
Telefonieren leicht gemacht	Seite 18 - 19
Teamarbeit und -Besprechungen	Seite 20 - 21
Eigen- und Fremdmotivation	Seite 22 - 23
Konfliktmanagement im Job	Seite 24 - 25



Halbtagesseminare

Der richtige Marketing-Mix	Seite 26 - 27
Präsentationstechniken	Seite 28 - 29
Neue Multimedia-Präsentationstools	Seite 30 - 31
Texten wie ein Profi	Seite 32 - 33
Meine erste Pressemitteilung	Seite 34 - 35
Von der Veranstaltung zum Event	Seite 36 - 37
Externe Marketing-Dienstleister	Seite 38 - 39
Das kleine Grafik-1x1 & die Künstlersozialkasse	Seite 40 - 41
Turbobooster für den Umsatz: Netzwerken	Seite 42 - 43
Reklamationsmanagement	Seite 44 - 45
Effektive Teamarbeit	Seite 46 - 47
Motivation und Motivieren	Seite 48 - 49

Konfliktmanagement	Seite 50 - 51
Endlich effiziente Meetings & Besprechungen	Seite 52 - 53
Zeitdieben den Hahn zudrehen	Seite 54 - 55
Online-Konferenzen	Seite 56 - 57
Mehr Ausstrahlungskraft und Präsenz	Seite 58 - 59
Warum immer ich?	Seite 60 - 61



Specials

Mein Wohlfühl- & Vorzeigebüro	Seite 62 - 63
Mediation	Seite 64



Im Inhaltsverzeichnis Titel anklicken und direkt zur Beschreibung springen.

MARKETING-STRATEGIE DEFINIEREN

Zielgruppe

Firmeninhaber/in
Geschäftsführung
Startups
Marketingabteilung

Gruppengröße

max. 6 Personen

Buchungscode

GW-MKSTR

Dauer

8 Stunden



Zum Thema

Die meisten kleineren und mittelständischen Unternehmen führen bereits eine Reihe von Marketing-, Werbe- oder Presseaktionen durch, die aber nicht zwingend auf einer vorab festgelegten Marketingstrategie basieren. Solange dies zum Erfolg führt und Umsatz und Gewinn stimmen, ist dagegen nichts einzuwenden.

Allerdings stellt sich die Frage, wie viel mehr an Umsatz man generieren könnte, wenn die Aktionen direkt aufeinander abgestimmt wären und einer klaren Linie folgten. Um langfristigen Erfolg planbar zu machen und seine Maßnahmen auf Zielgruppe, Produkte/Leistungen und die eigenen Werte abzustimmen, braucht es daher eine ausgeklügelte Marketing-Strategie.

In diesem Seminar lernen Sie, welche Methoden und Maßnahmen Ihnen zur Verfügung stehen und welche zu Ihnen, Ihrem Markt und Ihrem Produkt bzw. Ihren Leistungen passen. Am Ende des Tages haben Sie eine erste Draft-Version Ihrer Marketing-Strategie erstellt und einen Fahrplan in Sachen Innen- und Außenkommunikation erarbeitet.

Hinweis: Dieser Kurs richtet sich an Teilnehmer mit ersten Erfahrungen in Marketing und/oder Werbung. Für Existenzgründer ohne Marketing-Erfahrung empfiehlt sich daher eher das Seminar „Marketing für Existenzgründer“.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Bestandsaufnahme: Wo steht das Unternehmen heute? Wo soll es morgen hin?
- Ziele definieren
- Marketing-Instrumente reflektieren:
 - Klassische Marketing- und Werbe-Instrumente
 - Offline-Marketing
 - Online-Marketing
 - Social Media-Möglichkeiten (Aufwand, mögl. Fehlerquellen und Risiken)
 - Anzeigen, Grafiken, Infografiken
 - Mehrwert-Marketing
 - Guerilla-Marketing
 - Pressearbeit
 - Netzwerkarbeit
- Welche Instrumente werden bereits genutzt, welche könnten ergänzt/ausgetauscht werden?
- Wo sind meine Geld-Vernichter im Marketing-Budget? Wo meine Umsatzbringer?
- Marketing-Controlling
- Erstellung eines ersten Entwurfs für eine grobe Marketing-Strategie
- Offene Fragen

MARKETING FÜR EXISTENZGRÜNDER

Zielgruppe

Startups

Gruppengröße

max. 5 Personen

Buchungscode

GW-EXIG

Dauer

8 Stunden



Zum Thema

Wer ein eigenes Unternehmen gründet, hat in der Regel eine klare Vorstellung von den Produkten oder Leistungen, die er verkaufen möchte. Wie diese dann allerdings an den Mann oder die Frau gebracht werden sollen, steht meistens auf einem ganz anderen Blatt. Um der Geschäftsidee zum Erfolg zu verhelfen, sollte man sich daher so früh wie möglich Gedanken darüber machen, mit welchen Marketing-, Werbe- und Presse-Instrumenten man arbeiten muss, um seine Zielgruppe zu erreichen.

Dieses Seminar erläutert Schritt für Schritt, welche Aktivitäten nötig sind und zeigt auf, mit welchen Marketing-Methoden der jeweilige Teilnehmer arbeiten muss, um kurzfristig Fuß zu fassen und langfristig seine Position am Markt zu etablieren. Dabei lege ich in diesem Kurs insbesondere Wert darauf, den Teilnehmern Möglichkeiten aufzuzeigen, wie sie ohne großen finanziellen Aufwand und teils ohne Hilfe Dritter die ersten Schritte in Richtung Erfolg gehen können.

Hinweis: Da Existenzgründer erfahrungsgemäß sehr viele Fragen zu ihrer individuellen Gründungssituation haben und viele Tipps aufnehmen, ist die Teilnehmerzahl auf maximal 5 Personen begrenzt. So kann ich sichergehen, dass am Ende des Tages wirklich keine Frage unbeantwortet bleibt.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Zielgruppendefinition
- Firmenname, Logo, Marke, Claim
- Wo finde ich meine Zielgruppe?
- Wie informiert sich meine Zielgruppe?
- Welche Marketinginstrumente gibt es?
 - Klassische Marketing- und Werbe-Instrumente
 - Offline-Marketing
 - Online-Marketing
 - Social Media Möglichkeiten
 - Guerilla-Marketing
 - Pressearbeit
 - Netzwerkarbeit
- Welche Instrumente passen für meine Zielgruppe und mein Produkt?
- Welche Instrumente kann ich kostenlos nutzen? Wo empfiehlt sich fremde Hilfe?
- Was muss ich beim Umgang mit Marketing-Dienstleistern beachten (Verwertungsrechte)?
- Erstellung eines ersten Entwurfs für eine grobe Marketing-Strategie inkl. Kostenplanung
- Offene Fragen

TEXTE SCHREIBEN & PRESSEARBEIT

Zielgruppe

Geschäftsführung
Bereichsleitung
Teamassistent
Sekretariat

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

GW-TXPR

Dauer

8 Stunden



Zum Thema

Müssen Sie auch ab und zu Texte für Fachartikel erstellen? Und kommt man auf Sie zu, wenn es um die Aktualisierung der Texte auf Ihrer Webpage geht? Fallen die Texte für Werbeflyer und Broschüren auch in Ihr Aufgabengebiet? Wenn ja, ist dieses Seminar ideal für Sie, um den richtigen Einstieg in die Textarbeit zu finden.

Im zweiten Teil des Seminars beschäftigen wir uns mit den speziellen Anforderungen an Presstexte. Wer für sein Unternehmen gerne Presstexte erstellen möchte, braucht nicht immer sofort eine Agentur, denn Pressemitteilungen kann man heutzutage auch prima alleine erstellen und kostengünstig versenden – wenn man weiß, wie es geht.

Die meisten Unternehmer und Mitarbeiter sind keine gelernten Texter, doch ihre Arbeit erfordert immer häufiger das fachkundige Erstellen von Texten. Mit dem Seminar-Basiswissen über die moderne Texterstellung und ein paar Tipps aus der Praxis werden auch Sie bald texten wie ein Profi.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Nicht 08/15, sondern 5008 (Deutsche Industrienorm für Textgestaltung)
- Unterschiedliche Zielgruppen verlangen unterschiedliche Texte
- Textaufbau mit AIDA
- Dramaturgie vs. Fakten
- Wie finde ich die richtige Headline?
- Lesernutzen in den Vordergrund stellen
- Den richtigen Sprachstil finden
- Typografie
- Aufbau von Newslettern
- Betreffzeilen texten
- Formen der Pressearbeit
- Wofür brauche ich Mediadaten in der Pressearbeit?
- Aufbau einer Pressemitteilung
- Der Umgang mit Journalisten
- Arbeit mit freien Presseroutern
- Zusammenarbeit mit der dpa (Deutsche Presseagentur)
- Kontrolle der Medienresonanz
- Öffentlichkeitsarbeit
- Offene Fragen

PRÄSENTATIONEN & MEETINGS

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Teamassistent
Sekretariat

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

GW-PRÄM

Dauer

8 Stunden



Zum Thema

„Haben Sie Folien oder haben Sie etwas zu sagen?“ Mit dieser ketzerischen Frage begrüßte mich vor Jahren der Aufsichtsrat eines großen Softwarekonzerns, als ich nach ihm als zweiter Redner die Bühne betrat. Sicher, kein besonders kollegiales und aufmunterndes Verhalten. Und dennoch trifft diese Frage den Nagel der Präsentationskultur auf den Kopf. Denn wer kennt sie nicht, diese nicht enden wollende Aneinanderreihung von digitalen Folien, PowerPoint sei Dank? Wie man die Zuhörer einer Präsentation wach und aktiv hält, können die Teilnehmer dieses Workshops anhand von spannenden und teilweise neuen Präsentationstechniken erleben und erlernen.

Des Weiteren geht es in diesem Seminar darum, die Faktoren für ein erfolgreiches und vor allem ergebnisorientiertes Meeting kennenzulernen und richtig anzuwenden. Denn in Deutschland gibt es immer noch zu viele Endlosmeetings ohne greifbare Ergebnisse. Doch dagegen kann man etwas tun!

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Ihre nächste Präsentation: ‚Oh, mein Gott‘ oder ‚Kein Problem‘?
- Präsentationen clever vorbereiten
- Erwartungshaltung Ihres Publikums vs. Ihre eigenen Erwartungen
- Kleider machen Präsentatoren! Oder doch nicht?
- Welcher Präsentator sind Sie?
- Der erste Eindruck
- Präsentationstechniken
- Übung zu Präsentationstechniken
- Von Gedächtnisankern und ‚Elevator Pitches‘
- Regeln für Besprechungen
- Übung: Regeln für die hausinterne Meeting-Kultur aufstellen
- Rollen Aspekte in Meetings
- Sonderrolle ‚Advocatus Diaboli‘
- Übung zum ‚Advocatus Diaboli‘
- Themenzentrierte Interaktion
- Kommunikation in Gruppen/Effiziente Meetingkultur
- Übung: Vom Meeten zum Beschließen
- Besprechung der Übung mit Verbesserungsvorschlägen aus den einzelnen Teams
- Konfliktpotentiale in Meetings und Besprechungen
- Offene Fragen



Zielgruppe

Vorstand
Geschäftsführung
Teamleitung
Teams

Gruppengröße

max. 12 Personen

Buchungscodes

GW-MODR

Dauer

8 Stunden



Von der Kunst, zu moderieren

Wer schon einmal ein Meeting oder ein anderes Event moderiert hat, weiß: Es ist nicht so leicht, wie es aussieht ;-) Den berühmten Sack Flöhe zu hüten, ist manchmal einfacher, denn ohne Strukturen entgleitet Ihnen Ihr Event schneller, als Sie „Meeting“ sagen können... Egal, ob Sie als Vorgesetzter Ihre Team-Meetings moderieren möchten oder Projektteams ihre Absprachen optimieren wollen – ohne eine vernünftige Moderation geht es nicht bzw. ist nicht so effizient und frisst einfach viel zu viel Zeit.

In diesem Workshop lernen Sie, welche Moderationsmethoden es gibt, welche Grundlagen der Teamkommunikation Sie beherrschen und vermitteln können sollten und wie Sie es hinbekommen, wertfrei und meinungsneutral zu moderieren. Wir schauen uns auch an, welche organisatorischen Rahmenbedingungen förderlich oder kontraproduktiv für die Moderation sind. Zudem erfahren Sie, warum bei einer Moderation der volle Körpereinsatz gefragt ist und Sie mit Körpersprache, Gestik, Mimik und Stimmtechnik durch eine Veranstaltung moderieren können.

Immer diese anderen...

Das Kommunikationsverhalten von Menschen ist so unterschiedlich wie ihr Fingerabdruck. Lernen Sie, wie Sie die verschiedenen Kommunikationstypen rasch erkennen und auf sie eingehen können und wie Sie auch Ihr eigenes Kommunikationsverhalten in der Moderation blitzschnell anpassen können müssen.

Und dann auch noch Lampenfieber

Sie haben schon Lampenfieber, wenn Sie das nur lesen? Kein Problem, auch dagegen erhalten Sie Tipps und Tricks von einer erfahrenen Moderatorin. Und das alles mit ganz viel Spaß!

Inhalte

- Welche Veranstaltungsformen eignen sich als moderierte Formate?/Welche eher nicht?
- Tagungs-Regeln
- Rollen in Meetings/Tagungen/Konferenzen
- Tagungs-Organisation aus Sicht des Moderators
- Vorbereitung des Moderators
- Moderationsformen (Zu welchem Ziel soll die Moderation führen?)
- Moderationsmethoden
(live und online; mit welcher Methode erreiche ich das Ziel am besten?)
- Moderation Plenum/Kleingruppe
- Motivation der Teilnehmer steigern
- Teilnehmer in Aktion bringen
- Umgang mit Viel- und Wenigrednern
- Umgang mit Störern, Konflikten und Einflüssen von außen
- Aufgaben des Moderators im Rollenkontext
- Gefahren für den Moderator
- Mimik, Gestik, Körperhaltung
- Stimme als Moderationsinstrument
- Kommunikation/Sprache des Moderators
- Gesprächsführung
- Umgang mit Nervosität und Fettnäpfchen
- Die Königsklasse der Moderation: Improvisation

PERSONAL-GEWINNUNG UND -BINDUNG

NEU

Zielgruppe

Firmeninhaber/in
Geschäftsführung
Existenzgründer
Personalleitung

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

GW-HRMK

Dauer

8 Stunden



Zum Thema

Wie gewonnen, so zerronnen! Diese Erfahrung müssen immer mehr ArbeitgeberInnen machen. Denn als wäre es nicht schon schwer genug, die passenden Mitarbeitenden für das Unternehmen zu gewinnen, zeigt sich die eigentliche Herausforderung darin, die neuen KollegInnen im Betrieb zu halten und in eine gute Performance zu bringen. Und tatsächlich: Studien (Softgarden/SPIEGEL) bestätigen, dass jede/r Fünfte innerhalb der ersten 100 Tage den neuen Job kündigt. Rechnet man die Personen hinzu, die betriebsseitig in dieser Zeit als „Fehlgriff“ identifiziert und wieder entlassen werden, kommt man auf mind. ¼ der Recruitingkosten, die man somit aus dem Fenster geworfen hat!

Was ist der Grund dafür? Die veränderten Ansprüche jüngerer Generationen sind es nur zum Teil – die Abbruchrate inkludiert auch Bewerbende mit teils über 20 Jahren Berufserfahrung. Und noch viel wichtiger: Wie kann man diese Rate und zudem die verlorene Zeit für Personalsuche und Einarbeitung also reduzieren? Wie so oft liegen die Ursachen in vielen unterschiedlichen Faktoren – und die beleuchten wir in unserem Seminar. Vielleicht ahnen Sie es auch schon: Einige Ansatzpunkte liegen weit vor dem Bewerbungsprozess – und zwar nicht beim Bewerbenden, sondern bei Ihnen im Betrieb. Und diese Nachricht sollte Sie freuen, denn daran können Sie arbeiten!

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Was hat sich in puncto Personalgewinnung geändert und was passt zum Betrieb?
- Erwartungshaltung von Bewerbenden und Mitarbeitenden
- Personal- und Teambedarf planen
- Employer Branding
- Passive, aktive und proaktive Recruiting-Maßnahmen
- Effiziente Jobanzeigen
- Umgang mit dem neuen EU-Entgelttransparenzgesetz
- Wen kann ich in die Suche einbeziehen?
- Bewerbungsgespräche clever führen
- Onboarding für neue Mitarbeitende
- Kommunikation im Bereich People & Culture
- Generationenkonflikte
- Mitarbeitenden-Bindung
- Motivation für neue und alte Mitarbeitende
- Offene Fragen

TELEFONIEREN LEICHT GEMACHT

Zielgruppe

Selbstständige
Vertrieb
Sachbearbeitung
Sekretariat

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

GW-TEL

Dauer

8 Stunden



Zum Thema

Telefonieren ist harte Arbeit! Ihr Gehirn arbeitet auf Hochtouren, um Daten, Zahlen, Fakten, aber auch Stimmungen des Gesprächspartners in kürzester Zeit aufzunehmen und auszuwerten. Gleichzeitig müssen Sie sich selber Ihre Daten zurechtlegen, Argumente ausformulieren und Ihre Überzeugung glaubhaft am Telefon darstellen.

Wer viel telefoniert, ist daher auf Methoden angewiesen, die ihm die Arbeit erleichtern. In dem Workshop sprechen wir nicht nur über die unterschiedlichen Methoden, sondern üben auch verschiedene Verhaltenssituationen und gehen auf die Behandlung von Einwänden ein.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Grundregeln der Kommunikation
- Besondere Herausforderungen der Kommunikation am Telefon
- Sprechtechniken/Stimme
- Melden am Telefon
- Was ist Service?
- Arbeitsmethodiken rund um das Telefon
- Fragetechniken
- Auftragsannahme
- Verkaufstechniken
- Gesprächsvorbereitung
- Einwandbehandlung
- Verkaufsabschlüsse einleiten
- Gesprächsnachbereitung
- Kritikverhalten
- Verhalten bei Reklamationen
- Cross-Selling
- Kalt-Akquise-Strategien
- Offene Fragen

TEAMARBEIT & -BESPRECHUNGEN

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Projektleitung
Moderatoren/innen

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

GW-TEAB

Dauer

8 Stunden



Zum Thema

Teamarbeit spielt in den meisten Unternehmen eine immer wichtigere Rolle, sei es in Bereichen, in denen die Mitarbeiter in Teams und Abteilungen strukturiert sind oder auch in zeitlich begrenzten Projektteams. War das Thema Teamarbeit früher eher in den Kommunikationsberufen und die Gruppenarbeit allerhöchstens in der Produktion üblich, so findet man den Bedarf an Teamarbeit heutzutage in fast allen Branchen und Unternehmensebenen.

Aber ein Team funktioniert nicht von alleine! Wer also erfolgreich im Team arbeiten will, muss die Teamstrukturen erkennen, Teamregeln beherrschen und akzeptieren, eine ausgewogene Balance zwischen Eigenantrieb und Teamgefühl finden und lernen, Meetings und Besprechungen effizient zu organisieren.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Was ist ein Team (soziale, formelle, informelle Gruppen)?
- Welche Aufgaben eignen sich für Teamarbeit, wo sind ihr Grenzen gesetzt?
- Kriterien der Team-Zusammenstellung
- Regeln für die Teamarbeit („Vertragsabschluss“)
- Regeln für Besprechungen
- Übung: Regeln für die hausinterne Meeting-Kultur im Team aufstellen
- Rollen Aspekte im Team
- Sonderrolle ‚Advocatus Diaboli‘
- Übung zum ‚Advocatus Diaboli‘
- Konfliktpotentiale in Meetings und Besprechungen
- Themenzentrierte Interaktion
- Übung: Vom Meeten zum Beschließen
- Besprechung der Übung mit Verbesserungsvorschlägen aus den einzelnen Teams
- Kommunikation im Team
- Übung: Team bilden, Rollen verteilen, Teamaufgabe lösen, Übungsbeobachtung
- Besprechung der Übung mit Verbesserungsvorschlägen aus den einzelnen Teams
- Weiterentwicklung von Teams: Phasen der Gruppenentwicklung und Gruppendynamik
- Gefahren der Teamarbeit
- Teamkonflikte und Konfliktlösungen
- Offene Fragen

EIGEN- UND FREEMDMOTIVATION

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Sachbearbeitung
Sekretariat

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

GW-MOTI

Dauer

8 Stunden



Zum Thema

Motivation ist im heutigen Arbeitsleben DAS Schlagwort überhaupt. Alle müssen hoch motiviert sein. Arbeitgeber suchen „äußerst motivierte“ neue Mitarbeiter und selbst in der Freizeit wird von jedem eine hohe Eigenmotivation erwartet.

Doch was ist, wenn wir diese Erwartungen auf einmal nicht mehr erfüllen können oder wollen? Und wie kann Motivation verloren gehen bzw. erreicht werden? Wie kann ich mich selbst motivieren und wie motiviere ich andere? Oder ist das gleichzusetzen mit Manipulation? Kann ich sogar Vorgesetzte motivieren? Macht das überhaupt Sinn?

Ein Seminar für alle, die an der Stärkung der Eigenmotivation interessiert sind oder im Team gemeinsam eine höhere Motivation und mehr Effizienz erreichen möchten.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Was ist Motivation (Motive und Bedürfnisse)?
- Prägung, Werte, Identität und Ziele und ihr Einfluss auf die Motivation
- Unbewusste Motive
- Übung: Eigene Motive erkennen und Ziele erkennen
- Externe Motivation (privates und Arbeitsumfeld)
- „Endowment-Effekt“
- Vorteile von motivierten Mitarbeitern
- Motivation versus Manipulation
- Positiv und negativ gesteuerte Motivation
- Arbeiten und Führen durch Motivation
- Motivation im Arbeitsalltag
- Motivationsstörer
- Übung: Motivationsprobleme erkennen und lösen
- Selbstmotivation
- Die Steffi-Graf-Methode (autogene Motivation)
- Motivation Dritter: Wie motiviere ich nach unten und oben?
- Einklang von Motiven, Zielen und Beruf
- Einfluss von Motiv-, Ziel- oder Jobprofil-Änderungen auf die Motivation
- Übung: Erstellen eines persönlichen Motivationsplans für jeden Teilnehmer
- Offene Fragen

KONFLIKTMANAGEMENT IM JOB

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Teamleitung
Sachbearbeitung

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

GW-KONF

Dauer

8 Stunden



Zum Thema

Konflikte im Job sind nicht nur nervenaufreibend für alle Beteiligten, sie kosten den Einzelnen auch Zeit und Energie, was sich nachteilig auf das Arbeitsergebnis auswirkt. Ärger mit dem Kollegen oder Vorgesetzten stellt zudem eine immer häufigere Ursache für Stress-Erkrankungen und nicht zuletzt auch für eine Schwächung des Unternehmens in betriebswirtschaftlicher Hinsicht dar. Was also tun, um Konflikte zu lösen oder sie idealerweise gar nicht erst entstehen zu lassen?

Gibt es Möglichkeiten, Konflikten vorzubeugen? Wie kann ich bestehende Konflikte lösen? Oder kann ich die Energie aus bestehenden Konflikten sogar positiv für das Team nutzen? Finden Sie heraus, was Sie tun können, um sich und Ihrem Team den Arbeitsalltag mit seinen kleinen und großen Stressfallen relaxter zu gestalten.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Wie entstehen Konflikte?
- Konflikte verstehen
- Ursachen für Konflikte
- Unterschiedliche Menschen - unterschiedliche Konflikttypen
- Konflikten vorbeugen
- Präzise Teamzusammenstellung zur Konfliktvorbeugung
- Konflikte ansprechen: Kritik kompetent äußern
- Übung: Kritik äußern
- Persönliche und fachliche Kritik
- Eskalationsstufen bei Konflikten einschätzen
- Eigenes Konfliktverhalten: verbale und nonverbale Techniken
- Übung: den persönlichen Konfliktstil finden und reflektieren
- Grundpositionen des Teams/des Unternehmens zu Konfliktsituationen
- Konflikte lösen: Konfliktreaktionen und Konfliktverhalten
- Übung: Konfliktstile Dritter reflektieren
- Soziale Kompetenz: Standpunkte ohne Konflikte durchsetzen
- Win-Win-Situationen bilden
- Übung: Kritikgespräch mit Vorgesetzten
- Die Kraft des Konfliktes sinnvoll nutzen
- Offene Fragen

DER RICHTIGE MARKETING-MIX

Zielgruppe

Geschäftsführung
Einzelunternehmen
Projektleitung
Teamassistent

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-MKMIX

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Modernes Marketing stellt immer einen Mix aus klassischen und neuen Marketing-Formen dar. Welches Instrument dabei am besten zu welchem Unternehmen passt, kann man nur im Einzelfall entscheiden, denn Branche, Zielgruppe, Mitarbeiter und Firmenphilosophie haben einen entscheidenden Einfluss darauf.

In diesem Seminar erhalten Sie ein Update in puncto Marketing, d. h. wir gehen in Ruhe alle neueren Marketing-Formen durch und klären, welche klassischen oder neuen Instrumente für die teilnehmenden Firmen am meisten Sinn machen.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Strategische Positionierung
- Zielgruppen-Definition
- Zielgruppengerechtes Marketing
- Instrumente der Werbung
- Mailings (Versandformen, rechtliche Neuerungen, Technik)
- Neuere Marketing-Formen (Empfehlungs-, Guerilla-, Mehrwert-, Social Network Marketing)
- Marketing-Controlling
- Pull- statt Push-Marketing
- Bestandskunden-Marketing vs. Neukunden-Gewinnung
- Pre- und After-Sales-Service
- Offene Fragen

PRÄSENTATIONSTECHNIKEN

Zielgruppe

Geschäftsführung
Projektleitung
Teamassistent
Sekretariat

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-PRÄS

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Wer kennt sie nicht, diese nicht enden wollende Aneinanderreihung von digitalen Folien, PowerPoint sei Dank? Wie man die Zuhörer einer Präsentation wach und aktiv hält, können die Teilnehmer dieses Workshops anhand von spannenden und teilweise neuen Präsentationstechniken erleben und erlernen.

Hinweis: Dieser Kurs beinhaltet u. a. die Vorstellung des Präsentationstools prezì. Er erläutert, wie man Zuhörer über prezì in seinen Bann ziehen kann, stellt aber keine Schulung zum Tool prezì dar. Sollten Sie Interesse daran haben, den Umgang mit prezì zu erlernen, empfehle ich die Teilnahme an dem Halbtagesseminar „Wow-Effekte mit prezì“.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Ihre nächste Präsentation: ‚Oh, mein Gott‘ oder ‚Kein Problem‘?
- Präsentationen clever vorbereiten
- Erwartungshaltung Ihres Publikums vs. Ihre eigenen Erwartungen
- Kleider machen Präsentatoren! Oder doch nicht?
- Welcher Präsentator sind Sie?
- Der erste Eindruck
- Präsentationstechniken
- Übung zu Präsentationstechniken
- Von Gedächtnisankern und ‚Elevator Pitches‘
- Offene Fragen

NEUE MULTIMEDIA-PRÄSENTATIONSTOOLS

Zielgruppe

Geschäftsführung
Projektleitung
Teamassistent
Sekretariat

Gruppengröße

max. 4 Personen

Buchungscode

HW-MULTI

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Um ein Thema umfassend darstellen zu können, müssen heute Ergebnisse, Trends und vor allem Argumentationen so dargestellt werden, dass die Zuschauer und Zuhörer einer Präsentation die Essenz des Themas sofort verstehen. Nur Zahlen, Daten, Fakten per PowerPoint sind daher nicht mehr zeitgemäß. Es gibt aber eine Vielzahl von modernen Online-Multimedia-Tools, die uns dabei unterstützen, Präsentationen, Umfragebögen, Infografiken und vieles mehr gekonnt und schnell in Szene zu setzen.

In diesem Workshop schauen wir uns eine Auswahl an Tools an, lernen Ihre Funktionalitäten, probieren erste Präsentationen mit den Tools am PC direkt aus und schauen gemeinsam, welches Tool sich für welche Zwecke am besten eignet.

Eines steht aber schon jetzt fest: Die Zuschauer Ihrer nächsten Präsentation werden staunen!

Multimedia-Anwendungen in diesem Workshop

- WOW-Effekte mit prezi-ZoomIn&Out-Präsentationen, der modernen Alternative zu PowerPoint
- Erklärvideos selber bauen
- Ansprechende Umfragen multimedial erstellen
- Infografiken - der neue Trend, komplizierte Inhalte vereinfacht darzustellen
- Bilder mit Linkpunkten versehen
- Online Testbögen, Weiterbildungsbögen oder Quizze selbst erstellen
- Kurzpräsentationen mit Bildern
- Postergenerator
- Word-Clouds kreativ selbst gestalten

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Einsatz und Anwendungsmöglichkeiten der unterschiedlichen Tools
- Lizenzmodelle der Anbieter
- Kostenlose Accounts für jeden Teilnehmer bei den Tools anlegen
- Account-Einstellungen
- Lernprogramme
- Anschauen und Lernen von guten Beispielen
- Menüleiste und Funktionen der Tools
- Eigene Präsentationen, Filme, Infografiken, Umfragen etc. erstellen
- Mit Vorlagen arbeiten
- Teamfunktionen innerhalb der Tools
- Arbeitsergebnisse interaktiv in Webpage einbetten
- Online präsentieren
- Tipps für die Konzeption einer guten MultiMedia-Präsentation
- Offene Fragen

TEXTEN WIE EIN PROFI

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Teamassistent
Sekretariat

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-TEX

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Müssen Sie auch ab und zu Texte für unterschiedliche Abteilungen oder Medien erstellen? Und kommt man auf Sie zu, wenn es um die Aktualisierung der Texte auf Ihrer Webpage geht? Fallen die Texte für Werbeflyer und –broschüren auch in Ihr Aufgabengebiet? Wenn Sie nur eine dieser Fragen mit „Ja“ beantworten können, kommt Ihnen bestimmt das Seminar „Texten wie ein Profi“ entgegen.

Die meisten Unternehmer und Mitarbeiter sind keine gelernten Texter, doch ihre Arbeit erfordert immer häufiger das fachkundige Erstellen von Texten. Mit dem Seminar-Basiswissen über die moderne Texterstellung und ein paar Tipps aus der Praxis werden auch Sie bald texten wie ein Profi.

Hinweis: Dieses Seminar bezieht sich nur auf werbliches Texten. Wer auch daran interessiert ist, für die Pressearbeit zu texten, sollte an dem Halbtagesseminar „Meine erste Pressemitteilung“ oder dem Ganztagesseminar „Texte schreiben und Pressearbeit“ teilnehmen.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Unterschiedliche Zielgruppen verlangen unterschiedliche Texte
- Textaufbau mit AIDA
- Dramaturgie vs. Fakten
- Wie finde ich die richtige Headline?
- Lesernutzen in den Vordergrund stellen
- Den richtigen Sprachstil finden
- Typografie
- Aufbau von Newslettern
- Betreffzeilen texten
- Offene Fragen

MEINE ERSTE PRESSEMITTEILUNG

Zielgruppe

Einzelunternehmen
Geschäftsführung
Teamassistent
Sekretariat

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-PM

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

In diesem Seminar beschäftigen wir uns mit den speziellen Anforderungen an Presstexte. Wer für seinen Arbeitgeber gerne Presstexte erstellen möchte, braucht nicht immer sofort eine Agentur in Anspruch zu nehmen, denn Pressemitteilungen kann man heutzutage auch prima alleine erstellen und kostengünstig versenden – wenn man weiß, wie es geht.

***Hinweis:** Dieses Seminar bezieht sich nur auf das spezielle Texten für Pressemitteilungen. Wer auch daran interessiert ist, Texte für werbliche Zwecke zu erstellen, sollte an dem Halbtagesseminar „Texten wie ein Profi“ oder dem Ganztagesseminar „Texte schreiben und Pressearbeit“ teilnehmen.*

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Formen der Pressearbeit
- Wofür brauche ich Mediadata in der Pressearbeit?
- Aufbau einer Pressemitteilung
- Der Umgang mit Journalisten
- Arbeit mit freien Presseroutern
- Zusammenarbeit mit der dpa (Deutsche Presseagentur)
- Kontrolle der Medienresonanz
- Öffentlichkeitsarbeit
- Offene Fragen

VON DER VERANSTALTUNG ZUM EVENT

Zielgruppe

Geschäftsführung
Projektleitung
Teamassistent
Sekretariat

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-EVENT

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Veranstaltungen organisieren kann fast jeder. Aus einer Veranstaltung aber wirklich ein Event zu zaubern, welches mit wenig Aufwand den Besuchern lange in Erinnerung bleibt, verlangt schon ein wenig mehr.

In diesem Seminar lernen Sie, welche Schritte Sie in der Vor- und Nachbereitung einer Veranstaltung einplanen müssen, damit Ihre Veranstaltung zu einem echten Highlight wird. Wir schauen uns zudem ganz genau an, was Sie für den Ablauf der Veranstaltung berücksichtigen müssen, damit sich Ihre Veranstaltung auch vertrieblisch lohnt – denn kein Event ohne vorherige Bestimmung der Ziele!

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Festlegung der Veranstaltungsziele
- Veranstaltungsformen: Messen, Konferenzen, Hausmessen etc.
- Location-Suche
- Vorbereitung eines Events
- Inhaltlicher Aufbau der Veranstaltung: möglichst unterschiedlichen Mehrwert schaffen
- Gastronomische Tipps für Ihr Event
- Einladung (mehrstufig, multi-medial, viral)
- Werbung und PR für das Event
- Wie muss mein Veranstaltungsort/Büro/Messestand aussehen?
- Event-Equipment (Praktisches, Wiederverwendbares, Leihmaterial und Günstiges)
- Gestaltungseffekte für Hausmessen
- Packliste für externe Events
- Rollenverteilung bei der Veranstaltung
- Einweisung der Mitarbeiter
- Ihre Mitarbeiter auf der Veranstaltungsfläche: Die Klinsmann-Strategie
- Hilfe – da steht ein Interessent vor mir!
- Umgang mit VIPs: ausländische Gäste, Journalisten etc.
- Umgang mit den gewonnenen Kontakten
- Nachbereitung
- Veranstaltungs-Controlling
- Offene Fragen

EXTERNE MARKETING-DIENSTLEISTER

Zielgruppe

Einzelunternehmen
Geschäftsführung
Assistenz
Sekretariat

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-EXTMK

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Fast jeder Marketing-Mitarbeiter fragt sich gelegentlich, wie er die Fülle von Aufgaben in der knapp bemessenen Zeit erledigen soll. In keinem Berufsfeld werden die zeitlichen Anforderungen an die gestellten Aufgaben so stark unterschätzt wie im Marketing. Um schnell ein gewünschtes Ergebnis zu erzielen, empfiehlt sich daher in manchen Fällen die Zusammenarbeit mit Marketing-Anbietern und der Aufbau einer kleinen externen Unterstützer-Crew.

Doch im Zusammenspiel mit externen Marketing-Dienstleistern gilt es einiges zu beachten, um erfolgreich Aufgaben und Termine zu managen. Außerdem sollte man wissen, welche Leistungen/Werke man wie weiterverwenden darf. Wie es am einfachsten funktioniert, erfahren Sie in diesem Seminar.

Dieses Seminar richtet sich an Geschäftsführer, Marketing-Mitarbeiter und Geschäftsführungs-Assistenten, die Marketing-Aufgaben wahrnehmen und wissen möchten, worauf sie achten müssen.

***Hinweis:** Dieses Seminar weist auf die grundlegenden Formen und Gefahren in der Zusammenarbeit mit externen Marketing-Dienstleistern hin. Wer ein detaillierteres Wissen wünscht, sei auf die Seminare „Das kleine Grafik-1x1 & die KSK“ und „Marketing & Recht“ verwiesen.*

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Agenturen, Grafiker, Berater: Zusammenarbeit gemäß Vertrag oder nach Absprache?
- Multi-Media: Werbemittel-, Print- oder Online-Anbieter
- Tipps zur rechtlichen Grundlage
- Erfahrungen aus der Praxis
- Kleines Grafik-1x1 im Schnelldurchgang
- Die KruX mit der Künstlersozialkasse im Schnelldurchgang
- Offene Fragen

DAS KLEINE GRAFIK-1X1 & DIE KSK

Zielgruppe

MK-Sachbearbeiter
Teamassistent
Sekretariat
Buchhaltung

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscodes

HW-GRAKSK

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Wer kennt das nicht: Broschüren, Visitenkarten und Büroausdrücke sind vermeintlich alle in der selben Farbe erstellt worden und doch sehen sie irgendwie alle anders aus. Farbabweichungen in den Unternehmens-Unterlagen wirken unprofessionell und stören das Corporate Image.

In diesem Seminar lernen die Teilnehmer, wie Farbmodelle, Druckverfahren, dpi, pxc & Co. die Druckfarben und -erzeugnisse beeinflussen und wie man Dateien richtig für ihren spezifischen Einsatz (Web, Druck etc.) vorbereitet. Sie erfahren aber auch, wo der Farbgleichheit die technischen Grenzen gesetzt sind.

Im 2. Teil des Seminars geht es um die Kruz mit der Künstlersozialkassenabgabe (KSK): Ein Blumenstrauß auf dem Empfangstresen? Ab und zu Webpage-Änderungen? Eine Band für das Sommerfest? Auch wenn es nur die wenigsten wissen: Auf diese Leistungen fallen fast immer Abgaben für die Künstlersozialkasse an – und auf viele weitere auch!

Ob und in welcher Höhe die Abgabe erfolgt ist, wird seit wenigen Jahren rückwirkend für 5 Jahre bei jeder Sozialabgabenprüfung (Buchprüfung) durch die Rentenversicherungsanstalt geprüft. Wer keine oder falsche Angaben macht, aber trotzdem abgabepflichtige Waren oder Dienstleistungen in Anspruch nimmt, wird mit Strafzahlungen belegt!

Doch wer muss diese Abgabe zahlen? Und für welche Waren/Leistungen? Warum kann der Steuerberater mir diese Last definitiv nicht abnehmen? Fragen über Fragen zu einer lästigen Pflicht, die 99 % aller Unternehmen trifft. Doch wenn man einmal weiß, wie es funktioniert, geht es kinderleicht und schnell! Ein Seminar für alle, die mit Marketing-Aufgaben und der Bearbeitung von Rechnungen zu künstl. Leistungen im weitesten Sinne zu tun haben.

Inhalte

Das kleine Grafik-1x1

- Die Welt der Farben
- Die Farbmodelle RGB, CMYK und HEX
- Sonderfarben: Pantone, HKS, RAL & Co.
- Farben umrechnen
- Einflüsse auf Druckfarben
- Pixel und Dateigrößen
- Dateiauflösungen
- Welches Dateiformat für welchen Zweck?
- Vektorisierte Dateien
- Druckdateien erstellen

Die Kruz mit der Künstlersozialkasse (KSK)

- Was verbirgt sich hinter der „Künstlersozialkasse“?
- Wer muss die Abgabe zahlen?
- Waren und Dienstleistungen, die unter die KSK-Abgabe fallen
- Welche Dienstleister-Rechtsformen sind betroffen?
- Auffassung künstlerischer Tätigkeiten: Finanzamt vs. Künstlersozialkasse
- Künstlerkatalog
- Zahlungszeitpunkt für die KSK
- KSK-Abgabe leicht gemacht
- Tipps für die KSK-Abgabe in der Praxis
- KSK-Bogen ausfüllen
- Offene Fragen

TURBOBOOSTER FÜR DEN UMSATZ: NETZWERKEN

NEU

Zielgruppe

Geschäftsführung
Vertrieb
Einzelunternehmen
Startups

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-NETZ

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Auch, wenn die wirtschaftliche Lage angespannt ist, gelingt es einigen Anbietern am Markt besser als anderen, ihr Geschäft weiter auszubauen. Wie machen die das also? Während die einen einfach ihr Budget bei Suchmaschinenanzeigen hochzufahren brauchen, nützt anderen auch die zwanzigste SEO-Optimierung und KI-Automatisierung nichts. Und je erklärungsbedürftiger und je teurer das Produkt/die Dienstleistung, desto schwieriger der Online-Hebeleffekt.

Woran liegt das? Weil Menschen von Menschen kaufen – zumindest, wenn es um Investitions- und erklärungsbedürftige Produkte geht. Menschen wollen wissen, ob sie dem Anbieter vertrauen können und ob ihr vertrautester Berater – ihr Bauchgefühl – ein GO gibt.

Und wo treffen Sie diese Unternehmer? Richtig, auf Netzwerkveranstaltungen. Wer alleine bei dem Wort „Netzwerken“ schon eine Gänsehaut bekommt, sei beruhigt: Man kann im Handumdrehen lernen, wie man selbstsicher und effizient netzwerkt und so seinen Vertriebsprozess um einiges beschleunigt. Glauben Sie nicht? Netzwerken ist seit knapp 20 Jahren meine Vertriebswunderwaffe – und ich erziele weit über 50 % meines Umsatzes damit.

Inhalte

- Was ist mein Ziel beim Event?
- Welche Art von Netzwerk-Event passt zu meinem Vertriebsziel?
- Vorbereitung
- Erscheinungsbild: Kleidung, Taschen, mobiles Büro
- Meine USPs
- Mein Elevator-Pitch
- Wie spreche ich fremde Menschen an?
- Wie trete ich an eine Gruppe fremder Menschen heran?
- Dos & Don'ts beim Netzwerken
- Sind Visitenkarten oldschool?
- Die Guten ins Töpfchen, die Schlechten ins Kröpfchen...
- Geben und Nehmen beim Netzwerken
- Das eigene Mindset
- Masse oder Klasse?
- Sprint oder Marathon?
- Vertrauensaufbau
- Direkte und indirekte Kontakte
- Top Kontakt gewonnen – was jetzt?
- Follow-up

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Service-Abteilung
Vertrieb

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-REKLA

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Wo viel gearbeitet wird, passieren auch Fehler – und heutzutage werden Kunden immer kritischer und anspruchsvoller. Ein gutes Reklamationsmanagement ist daher unerlässlich: Angefangen bei der Regelung, wer für welche Reklamationen zuständig ist, bis hin zu der Frage, wie man eine Reklamationsantwort zielführend und freundlich formuliert, denn was der eine formuliert, muss der andere nicht genauso verstehen . . .

Genau daran arbeiten wir in diesem Workshop: Es geht zum einen darum, das Reklamationswesen zu organisieren und zu schauen, wer was beantworten darf/soll und wo ggf. abteilungsübergreifende Regelungen erstellt werden müssen. Zum anderen arbeiten wir an den Formulierungen für unterschiedliche Reklamationsantworten und prüfen im Kreis der Teilnehmer, wie bestimmte Formulierungen bei den anderen ankommen und interpretiert werden.

In diesem Workshop lege ich viel Wert darauf, dass die Teilnehmer Beispiele aus ihrem Unternehmensalltag mitbringen. Wir üben daher anhand von echten Fällen und testen unterschiedliche Formulierungen. So ist gewährleistet, dass die Teilnehmer einen größtmöglichen Nutzen aus dem Training ziehen und die Ergebnisse gleich am nächsten Tag im Büro umsetzen können. Gerne können mir die Teilnehmer ihre Fragen und Beispiele auch bereits vor dem Seminar zusenden.

Des Weiteren beleuchten wir die Frage, wie man das Reklamationsmanagement geschickt als Kundenbindungsinstrument einsetzen kann, denn eine gut gelöste Reklamation ist das Beste, was Ihrem Vertrieb passieren kann!

Inhalte

- Betriebswirtschaftliche Reklamations-Organisation
- Kritik als Prozessbaustein verstehen
- Unzufriedenheits-Ursachen abklären
- Vor der Reaktion auf eine Reklamation: Was will ich beim Kunden erreichen? Ziele?
- Reklamationen per Mail, Tel, Social Media, am PoS/Messestand
- Formulierung von Reklamationsantworten
- Wie wirkt welche Formulierung auf den Kunden?
- Company Policies für das Reklamationsmanagement
- Wirkung und Reaktion bei öffentlichen Reklamationen/Rezensionen
- „Schlechte“ Nachrichten kommunizieren – aber wie?
- Reklamationsmanagement als Kundenbindungsinstrument
- Best Practice: Üben und Formulieren an firmeneigenen Beispielen

EFFEKTIVE TEAMARBEIT

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Projektleitung
Teams

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-TEAM

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Teamarbeit spielt in den meisten Unternehmen eine immer wichtigere Rolle, sei es in Bereichen, in denen die Mitarbeiter in Teams und Abteilungen strukturiert sind oder auch in zeitlich begrenzten Projektteams. War das Thema Teamarbeit früher eher in den Kommunikationsberufen und die Gruppenarbeit allerhöchstens in der Produktion üblich, so findet man den Bedarf an Teamarbeit heutzutage in fast allen Branchen und Unternehmensebenen.

Doch wer erfolgreich im Team arbeiten will, muss die Teamstrukturen erkennen, Teamregeln beherrschen und akzeptieren, eine ausgewogene Balance zwischen Eigenantrieb und Teamgefühl finden und lernen, Meetings effizient zu organisieren.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Was ist ein Team (soziale, formelle, informelle Gruppen)?
- Welche Aufgaben eignen sich für Teamarbeit, wo sind ihr Grenzen gesetzt?
- Regeln für die Teamarbeit („Vertragsabschluss“)
- Übung: Regeln für das eigene Team aufstellen
- Rollen Aspekte im Team
- Sonderrolle ‚Advocatus Diaboli‘
- Übung zum ‚Advocatus Diaboli‘
- Kommunikation im Team/Effiziente Meetingkultur
- Weiterentwicklung von Teams: Phasen der Gruppenentwicklung und Gruppendynamik
- Offene Fragen

MOTIVATION UND MOTIVIEREN

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Sachbearbeitung
Sekretariat

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-MOTI

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Motivation ist im heutigen Arbeitsleben DAS Schlagwort überhaupt. Alle müssen hoch motiviert sein. Arbeitgeber suchen „äußerst motivierte“ neue Mitarbeiter und selbst in der Freizeit wird von jedem eine hohe Eigenmotivation erwartet. Doch was ist, wenn wir diese Erwartungen nicht mehr erfüllen können oder wollen? Und wie kann Motivation verloren gehen bzw. erreicht werden? Wie kann ich mich selbst motivieren und wie motiviere ich andere? Oder ist das gleichzusetzen mit Manipulation? Wie motiviere ich z. B. Vorgesetzte? Macht das überhaupt Sinn?

Ein Workshop für alle, die an der Stärkung der Eigenmotivation interessiert sind oder im Team gemeinsam eine höhere Motivation und mehr Effizienz erreichen möchten.

Hinweis: Dieses Halbtages-Seminar dient als Schnuppereinstieg in die Welt der Motivation. Für Unternehmenslenker empfiehlt sich das detailliertere Ganztages-Seminar.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Was ist Motivation (Motive und Bedürfnisse)?
- Prägung, Werte, Identität und Ziele und ihr Einfluss auf die Motivation
- Übung: Eigene Motive erkennen und Ziele erkennen
- Motivation versus Manipulation
- Arbeiten und Führen durch Motivation
- Übung: Motivationsprobleme erkennen und lösen
- Selbstmotivation
- Motivation Dritter: Motivation nach unten und oben
- Einklang von Motiven, Zielen und Beruf
- Übung: Erstellen eines persönlichen Motivationsplans für jeden Teilnehmer
- Offene Fragen

KONFLIKTMANAGEMENT

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Teamleitung
Sachbearbeitung

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-KONF

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Konflikte im Job sind nicht nur nervenaufreibend für alle Beteiligten, sie kosten den Einzelnen auch Zeit und Energie, ein Umstand, der sich nachteilig auf das Arbeitsergebnis auswirkt. Ärger mit dem Kollegen oder Vorgesetzten stellt zudem eine immer häufigere Ursache für Stress-Erkrankungen und nicht zuletzt auch für eine Schwächung des Unternehmens in betriebswirtschaftlicher Hinsicht dar. Was also tun, um Konflikte zu lösen oder sie idealerweise gar nicht erst aufkommen zu lassen?

Gibt es Möglichkeiten, Auseinandersetzungen vorzubeugen? Wie kann ich bestehende Konflikte lösen? Oder kann ich die Energie aus Streitigkeiten sogar positiv für das Team nutzen? Finden Sie heraus, was Sie tun können, um sich und Ihrem Team den Arbeitsalltag mit seinen kleinen und großen Stressfallen relaxter zu gestalten.

***Hinweis:** Dieses Seminar gibt es auch in detaillierterer Form als Ganztagesseminar.*

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Wie entstehen Konflikte? / Konflikte verstehen
- Konflikten vorbeugen
- Konflikte ansprechen: Kritik kompetent äußern
- Persönliche und fachliche Kritik
- Eigenes Konfliktverhalten: verbale und nonverbale Techniken
- Übung: den persönlichen Konfliktstil finden und reflektieren
- Konflikte lösen: Konfliktreaktionen und Konfliktverhalten
- Soziale Kompetenz: Standpunkte ohne Konflikte durchsetzen
- Kritikgespräch gegenüber Vorgesetzten
- Die Kraft des Konfliktes sinnvoll nutzen
- Offene Fragen

ENDLICH EFFIZIENTE MEETINGS

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Teamleitung
Teams

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-MEET

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

In diesem Seminar geht es darum, die entscheidenden Faktoren für ein erfolgreiches und vor allem ergebnisorientiertes Meeting oder eine Besprechung kennenzulernen und richtig anzuwenden. Denn in Deutschland gibt es immer noch zu viele Endlosmeetings ohne greifbare Ergebnisse. Doch dagegen kann man etwas tun. Wie das geht, erfahren Sie im Seminar „Endlich effiziente Meetings“.

***Hinweis:** Wer die Informationen dieses Seminars für die bessere Lenkung seiner Teams nutzen möchte, sei auf das Ganztagesseminar „Teamarbeit & -Besprechungen“ verwiesen.*

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Regeln für Besprechungen
- Übung: Regeln für die hausinterne Meeting-Kultur aufstellen
- Rollen Aspekte in Meetings
- Sonderrolle ‚Advocatus Diaboli‘
- Übung zum ‚Advocatus Diaboli‘
- Themenzentrierte Interaktion
- Kommunikation in Gruppen/Effiziente Meetingkultur
- Übung: Vom Meeten zum Beschließen
- Besprechung der Übung mit Verbesserungsvorschlägen aus den einzelnen Teams
- Konfliktpotentiale in Meetings und Besprechungen
- Offene Fragen

ZEITDIEBEN DEN HAHN ZUDREHEN

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Teamassistenten
Alle Mitarbeitenden

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-ZEIT

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Über Zeitmangel klagt heute fast jeder Arbeitnehmer. Und tatsächlich: Die Anforderungen an Arbeitnehmer und Management sind aufgrund des stärkeren Wettbewerbs und immer knapper kalkulierten Budgets in den letzten Jahren unaufhörlich gestiegen. Dennoch beschleicht den einen oder anderen das Gefühl, dass einige Zeitprobleme durch eine Umstrukturierung der Abläufe lösbar wären, wenn nicht gar aufgrund eingefahrener Arbeitsgewohnheiten selbstverschuldet sind.

Wie man versteckten Zeitdieben auf die Schliche kommt, ihnen den Garaus macht und ggf. sogar den inneren Schweinehund gegen die hausgemachten Zeitdiebe zu Fall bringt, lernen Sie in dem Seminar „Zeitdieben den Hahn zudrehen“.

Inhalte

- Vorstellung der Teilnehmer und nähere Abklärung des Informationsbedarfes
- Die Top Ten der Zeitdiebe
- Qualität vs. Quantität
- Das 30-Sekunden-Prinzip
- E-Mails: größter Zeiteinsparer & Zeitverschleuderer zugleich
- Kampf der Datenflut: Schnelllese-Techniken
- Übung: Schnelllese-Techniken im Praxistest
- Die bewährtesten Ablagesysteme
- Aufräumtechniken für Bequeme
- Delegieren mit Sinn und Verstand
- Ja-Sager oder Drückeberger?
- Zeitmanagement
- Offene Fragen

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Teamassistenten
Alle Mitarbeitenden

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-ONLINE

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Das Gerücht, dass Online-Konferenzen langweilig seien und besonders Online-Schulungen nicht so effizient, hält sich hartnäckig. Natürlich werden Auge und Ohr anders angesprochen als bei Live-Meetings und andere Sinne, wie z. B. die Haptik oder der Geruchssinn kommen gar nicht zum Zuge. Kann ein Online-Meeting das ersetzen? Nein, aber das muss es aus meiner Sicht auch gar nicht. Es ist eben anders – aber wer hat gesagt, dass anders schlecht sein muss?

Es kommt einfach nur darauf an, WIE man ein Online-Treffen durchführt, damit es ein spannendes Erlebnis wird und den Teilnehmern im Gedächtnis bleibt. Und genau darüber sprechen wir in diesem Workshop, denn bei Online-Konferenzen kommt es noch viel mehr auf eine gute Vorbereitung an als bei Live-Meetings.

Wir sprechen daher über ein paar technische Tricks, aber auch darüber, wie man durch die Gestaltung der Agenda, der Art und Weise der Präsentation der Inhalte und einer guten Zeiteinteilung ein Online-Wow-Treffen kreiert.

Gerade Online-Meetings können viel effizienter, kürzer und auch noch fesselnder sein als Live-Veranstaltungen. Wenn Sie also häufiger in Online-Konferenzen sitzen und sich Live-Events herbeisehnen, nehmen Sie sich gerne ein paar Tipps aus diesem Workshop mit und sorgen Sie dafür, dass Ihre eigenen Workshops wahre Meeting-Highlights werden!

Inhalte

- Bore out by Zoom/Teams oder hellwach vor dem Monitor?
- Die Kunst, Menschen am Monitor zu fesseln
- Unterschiede Offline/Online-Konferenz
- Technische Tricks für mehr Aufmerksamkeit
- Moderne Präsentationstools und Alternativen zu PowerPoint
- Zusammenarbeit am Monitor
- Aufbau einer cleveren Online-Konferenz
- Rollenverteilung
- Besonderheiten der Online-Meeting-Regeln
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Zeiteinteilung bei Online-Konferenzen
- Gestaltung von Pausen einer Online-Konferenz

MEHR AUSSTRAHLUNGSKRAFT & PRÄSENZ

NEU

Zielgruppe

Geschäftsführung
Abteilungsleitung
Teamassistent
Alle Mitarbeitenden

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-STRAHL

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Es gibt Menschen, die mit hoher Geschwindigkeit einen Berg herunterdüsen und auch bei den heftigsten Turbulenzen im Flugzeug oder Schiff cool bleiben – aber bei einer Präsentation vor nur zwei Menschen vor Nervosität kein Wort herausbekommen. Kommt Ihnen bekannt vor?

Dann hilft Ihnen sehr wahrscheinlich mein Training zu mehr Ausstrahlungskraft & Präsenz. Wir klären, was Ihnen konkret Angst macht, in welchen Situationen Ihr Unterbewusstsein das Ruder an sich reißt und wie Sie dieser Angst begegnen können.

Der Workshop besteht dabei aus zwei Teilen: In Teil 1 stelle ich Ihnen Methoden vor, die Ihnen helfen können, in Präsentationen sicherer zu werden. In Teil 2 testen Sie für sich aus, welche Methoden zu Ihnen passen könnten und wir spielen Ihr Worst Case- und Best Case-Szenario bei einer Präsentation durch, bis Ihr Unterbewusstsein sich sicherer fühlt und die Zügel Ihrem Bewusstsein überlässt.

Das Ziel ist es, Ihnen die Sicherheit zu vermitteln, die Sie brauchen, um selbst ohne jegliche Vorbereitung souverän und ohne lähmende Angst in die nächste Präsentation zu gehen und die Zuschauer authentisch anzusprechen und zu begeistern.

Es geht nicht darum, sich zu verbiegen und zu einem Schauspieler zu werden. Sie sollen Sie bleiben – und sich damit auch auf dem Präsentierteller wohlfühlen!

Inhalte

- Wie wirke ich auf andere?
- Warum kommen einige Kollegen so locker rüber im Meeting?
- Wie kann ich meine „Bühnenpräsenz“ verbessern?
- Was tun bei Nervosität und Aufgeregtheit?
- Wie wirke ich authentisch?
- Körperhaltung
- Gestik
- Mimik
- Stimme
- Mindset
- Strategie
- Unerwartete Situationen und Fettnäpfchen
- Cool bleiben bei bohrenden Nachfragen
- Ihr persönliches Worst Case- und Best Case-Szenario

WARUM IMMER ICH?

NEU

Zielgruppe

Projektmanagem.
Abteilungsleitung
Teamassistent
Alle Mitarbeitenden

Gruppengröße

max. 8 Personen

Buchungscode

HW-WARUM

Dauer

4 Stunden



Zum Thema

Warum ziehen einige Menschen Zusatzaufgaben an, während andere gar nicht erst gefragt werden? Wie kann ich mich abgrenzen, mich auf meine Aufgaben konzentrieren und doch zum Teamerfolg beitragen? Wie kann ich Aufgaben ablehnen, ohne gleich als faul oder unhöflich zu gelten?

Alle diese Fragen klären wir in dem Workshop „Warum immer ich?“. Ein Thema, das zwar ursprünglich von meinen weiblichen Kunden gewünscht wurde, aber mittlerweile aufgrund der immer schneller wachsenden Aufgabenberge alle Geschlechter gleichermaßen betrifft.

In diesem Workshop steigen wir etwas tiefer in die Betriebspsychologie ein. Die Teilnehmer haben die Chance, für sich zu reflektieren, ob sie aufgrund ihrer Persönlichkeitsstruktur gefährdet sind, zu viele Aufgaben anzunehmen und sich zu überlasten. Zudem besprechen wir, wie man erkennt, ob Unterstützung angesagt ist oder man dazu neigt, sich ausnutzen zu lassen.

Es geht nicht darum, Zusatzaufgaben grundsätzlich abzulehnen, sondern zu schauen, wie diese im Unternehmen sinnvoll verteilt werden können und wie man mit passenden Workflows den Aufgabenfluss am Laufen hält, ohne das Gleichgewicht der Arbeitsverteilung zu gefährden.

Ziel ist es, eine ausgewogene Balance an Geben und Nehmen zu erreichen, mit der nicht nur das Unternehmen, sondern auch der Mitarbeiter selbst zufrieden und motiviert bleibt.

Inhalte

- Warum ziehen einige Menschen Zusatzaufgaben förmlich an?
- Persönlichkeitstypen und ihr Umgang mit Aufgaben
- Rollenverständnis
- Nein-Sager vs. Ja-Sager
- Aufgabenverteilung in Teams
- Was ein Zuviel an Aufgaben in der Wertschöpfungskette bewirkt
- Wohin mit dem Überschuss an Aufgaben?
- Wer delegiert an wen?
- Welche Aufgaben nehme ich an, welche lehne ich ab?
- Wie kann ich Aufgaben ablehnen, ohne unhöflich zu wirken?
- Helfersyndrom, Perfektionismus und andere gute Werte
- Engagement vs. Zielorientierung

SPECIAL: MEIN VORZEIGEBÜRO

Zielgruppe

Geschäftsführung
Einzelunternehmen
Ganze Abteilungen

Gruppengröße

max. 6 Personen

Buchungscode

SP-DIÄT

Schulungsort

Ihr Büro

Dauer

2 Tage



Bürodiät - 5 Kilo in 2 Tagen!

Lehnen Sie sich doch mal entspannt in Ihrem Bürostuhl zurück und betrachten Sie Ihr Büro... Und, gefällt Ihnen, was Sie sehen? Steht alles dort, wo es hingehört? Ist der Schreibtisch aufgeräumt und bietet Platz für kreative, vor Schaffenskraft strotzende Gedanken? Ist alles sauber? Der Besprechungstisch, Regale, Ablageflächen etc. alles frei geräumt bzw. strukturiert? Finden Sie alles sofort, was Sie suchen? Hätte ein Kunde, Kollege, Vorgesetzter wohl einen guten ersten Eindruck von Ihrem Büro und würde die richtigen Rückschlüsse auf Ihre Leistung und Kompetenz ziehen? Denn es gibt keine 2. Chance für einen ersten Eindruck. Und das Wichtigste: Fühlen SIE sich wohl in diesem Raum? Nein? Dann wird es Zeit für eine Bürodiät!

Im Theorieteil erfahren Sie wertvolle Tipps, wie Sie Ihre Bürostruktur optimieren können und welche Veränderungen das meiste Zeiteinsparpotential bieten. Lernen Sie, welche Dinge in Ihrem Büro Sie wirklich brauchen, wo diese stehen sollten und wovon Sie sich getrost trennen können – und wie es ohne Trennungsschmerz geht ;-) Denn Loslassen hat etwas zutiefst Befreiendes und setzt ungeahnte neue Energien frei! Versprochen: Die 5 Kilo in 2 Tagen haben bislang alle Kunden bei weitem getoppt. Der Durchschnitt liegt um ein Vielfaches höher!

2 kompakte Powertage für Ihr Büro

Aufräumen, umsortieren, organisieren mit einem Profil! Verschlanken Sie Ihre Ablage und im Nu erstrahlt Ihr Büro in neuem Glanz und lässt Sie konzentrierter und effizienter arbeiten. Für Ordnung, die bleibt!

Schlankes Büro in 2 Tagen

- Jede Menge Tipps für Ihre Büroorganisation
- Perfekte Ablage: für Ordner – Server – Posteingang
- Digitalisierung: Wer – Was – Womit – Wie
- Aktenschränke werden sortiert und strukturiert
- Aufräumen – Aussortieren – Putzen
- Gemeinsam Zeitpläne für effiziente Büroordnung erstellen
- Aufräumtipps für Bequeme
- Workshop zu Arbeitsorganisation und Zeitmanagement
- Ihr Schreibtisch nach dem Reichweitenprinzip
- Einstieg in Schnelllese-Techniken
- Best Practice Tipps: Wie man die Ordnungsstruktur auch langfristig beibehält

Digital und analog aufräumen

Wir zeigen Ihnen, wie Sie sowohl digital als auch analog entrümpeln können und erarbeiten gemeinsam mit Ihnen eine für Sie und Ihr Team passende Büroorganisationsstruktur. Dabei zeigen wir Ihnen auch eine Vielzahl von teils kostenfreien digitalen Helferlein auf, die Ihnen den Arbeitsalltag erleichtern und erläutern Ihnen, welche analogen Methoden Ihre digitale Struktur sinnvoll unterstützen. Und dann robben wir gemeinsam auf Knien durch Ihr Büro, bis alles aufgeräumt ist und glänzt – und das auch noch mit ganz viel Spaß!



SPECIAL: MEDIATION

Zielgruppe

Vorstand
Geschäftsführung
Teamleitung
Teams

Gruppengröße

ab 2 Personen

Buchungscode

SP-MEDI

Schulungsort

externe Location

Dauer

nach Bedarf

Laufzeit

nach Bedarf



Mediation von Teamkonflikten

Es ist nicht schön, aber es passiert: Wo viele Menschen zusammen arbeiten, kann es auch einmal zu Konflikten kommen. Im Normalfall gelingt es, diese Konflikte untereinander zu klären. Doch manchmal ist es wie verhext und die Situation scheint festgefahren. Hier kann die Mediation eines Außenstehenden beruhigend auf alle Beteiligten wirken und verhärtete Fronten behutsam wieder lösen.

In der Mediation höre ich mir die Standpunkte aller Beteiligten an und schlage dann Maßnahmen vor, die mit den Betroffenen und ggf. den Vorgesetzten besprochen werden. In den meisten Fällen kann so eine für alle akzeptable Lösung gefunden werden. Doch auch, wenn der Konflikt bis aufs Äußerste eskaliert ist, müssen Entscheidungen getroffen und ihre Umsetzung im Betrieb vorbereitet werden. Auch in solchen Situationen unterstütze ich Sie durch Beratung und der Mediation von Mitarbeitergesprächen.

Ihre Referentin/Moderatorin/Mediatorin

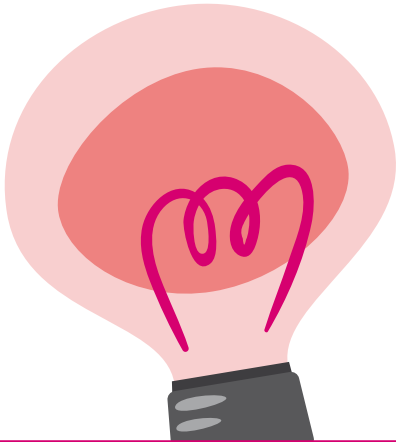
Mit über 25 Jahren Erfahrung im Bereich der Unternehmenskommunikation steht Ihnen mit Nicole Wünsch (Jahrgang 1971) eine gestandene und versierte Referentin und Workshopleiterin zur Seite, wenn es darum geht, Ihre spezifischen Anforderungen in puncto Kommunikation und Organisation umzusetzen. Sie ist Mitglied des internationalen Unternehmernetzwerks BNI (Business Network International), des Vereins Deutsche Sprache, Beraterin innerhalb des Bergedorfer Kompetenznetzwerks (BKN) und registrierte Unternehmensberaterin des Europäischen Sozial-Fonds (ESF).

Nicole Wünsch ist gefragte Moderatorin für Zukunftswerkstätten, wissenschaftliche Symposien und Kongresse und arbeitet als freie Referentin für Hochschulen, Handels- und Handwerkskammern, Verbände und Bildungsträger.

Mit ihrer Agentur marketing teufel unterstützt sie zudem Unternehmen bei der Definition ihrer Marketing-, Kommunikations- und Organisationsstrukturen und führt für ihre Kunden die daraus resultierenden Projekte durch.



nicole wünsch



Nicole Wünsch

Seminare | Workshops | Moderation
Bergedorfer Schloßstraße 15
21029 Hamburg

040 60 53 55 07

hello@nicole-wuensch.de
www.nicole-wuensch.de