

# Inhaltsverzeichnis

---

Vorwort .....	9
Einleitung .....	11
Das Ziel .....	11
Der Weg .....	11
Das Resultat .....	11
<b>1 Wie gewinnen wir neue Kunden? Methoden zur Neupositionierung der Marke .....</b>	<b>13</b>
Vom zufriedenen Kunden zum treuen Kunden .....	14
<i>Was erwarten Ihre Kunden von Ihnen?</i> .....	15
<i>Markenidentität nach innen und nach außen</i> .....	16
<i>Ziele für eine starke Marke</i> .....	16
So entwickeln Sie eine Marken-Identität .....	19
<i>Differenzierung nach dem Produkt</i> .....	19
<i>Differenzierung nach Service</i> .....	22
<i>Differenzierung nach Qualifikation der Mitarbeiter</i> .....	24
<i>Differenzierung nach Image</i> .....	26
<i>Aufmerksamkeit wecken und in Erinnerung bleiben</i> .....	27
<b>2 Wo kommen wir her? Wo sind wir jetzt? Methoden zur Analyse der Ist-Situation .....</b>	<b>29</b>
Ist-Analyse (1): Stärken und Schwächen .....	30
<i>Unternehmensführung</i> .....	31
<i>Unternehmenskultur</i> .....	35
<i>Interne Prozesse und Abläufe</i> .....	40
<i>Produkte und Dienstleistungen</i> .....	40
<i>Finanzen</i> .....	43
<i>Markt</i> .....	46
<i>Sonstige Rahmenbedingungen</i> .....	51
Ist-Analyse (2): Die Organisationsdiagnose .....	52
<i>Auswahl der Teilnehmer</i> .....	52
<i>Der Prozess</i> .....	53
<i>Lösungsansätze entwickeln und bewerten</i> .....	58

Kosten vermeiden: Die Administrative Wertanalyse (AWA) . . . . . 60  
*Ist-Analyse: Übersicht schaffen* . . . . . 61  
*Einsparpotenziale finden* . . . . . 61  
*Vorschläge analysieren* . . . . . 62  
*Handlungsplan entwerfen* . . . . . 62  
*Umsetzung, Evaluierung und Anpassung der Strategie* . . . . . 63

**3 Wo wollen wir hin? Methoden zur Entwicklung von Leitbildern, Zielen und Strategien** . . . . . 65

Gemeinsam ein Leitbild entwickeln . . . . . 66  
*Individuelle Arbeit: Mein persönliches Leitbild* . . . . . 67  
*Teamarbeit: Ein gemeinsames Leitbild* . . . . . 69

Eine gemeinsame Vision entwickeln (1) . . . . . 72  
*1. Vision* . . . . . 72  
*2. Ist-Situation* . . . . . 75  
*3. Handlung* . . . . . 77

Eine gemeinsame Vision entwickeln (2): Der intuitive Weg . . . . . 78  
*Eine Vision entwickeln* . . . . . 78  
*Hindernisse überwinden* . . . . . 81  
*Der Vision den letzten Schliff geben* . . . . . 83

Eine gemeinsame Vision entwickeln (3): Großgruppenmethoden . . . . . 85  
*Anwendungsbereiche für Großgruppenmethoden* . . . . . 85

Die Zukunftskonferenz . . . . . 89  
*Vorbereitung und Planung* . . . . . 89  
*Die Durchführung* . . . . . 93  
*Die Nacharbeit* . . . . . 100  
*Resultate* . . . . . 100

Open Space Technology . . . . . 101  
*Anwendungsbereiche* . . . . . 101  
*Die Vorgehensweise* . . . . . 102  
*Vorteile von Open Space* . . . . . 104

Ziele definieren (1): Die Hierarchie der Ziele . . . . . 105  
*Persönliche Zielmatrix* . . . . . 106  
*Verkaufsziele* . . . . . 107

Ziele definieren (2): Mentale Bilder der Zielerreichung entwickeln . . . . . 109  
Zeitmanagement: Planen und Prioritäten setzen . . . . . 111

<b>4</b>	<b>Wie gehen wir miteinander um? Methoden zur Schaffung einer kreativen Unternehmenskultur</b>	113
	Eine gemeinsame Werte-Plattform schaffen	114
	<i>Werte nach Wichtigkeit</i>	114
	<i>Negative Verhaltensweisen identifizieren und abstellen</i>	116
	<i>Ziele für die Unternehmenskultur festlegen</i>	117
	<i>Vom Wort zur Handlung: Maßnahmen umsetzen</i>	118
	Fragen zur Untersuchung der Unternehmenskultur	119
	Ein Bild sagt mehr als tausend Worte	127
	Information im Veränderungsprozess	128
	<i>Ideen und Maßnahmen zur Verbesserung der internen Unternehmenskommunikation</i>	128
	Zwischenmenschliche Kommunikation und Konfliktlösung	132
	<i>Kommunikation (1): Ideen verkaufen</i>	134
	<i>Kommunikation (2): Aktives Zuhören</i>	136
	<i>Kommunikation (3): Widerstände überwinden</i>	141
	<i>Kommunikation (4): Einwänden begegnen</i>	144
	<i>Kommunikation (5): Killerphrasen vermeiden</i>	149
	<i>Kommunikation (6): Wer fragt, der führt</i>	156
	<i>Kommunikation (7): Ich-Botschaften senden</i>	165
	<i>Feedback (1): Streicheleinheiten für die Seele</i>	166
	<i>Feedback (2): Positives Feedback annehmen</i>	167
	<i>Feedback (3): Konstruktiv Kritik äußern</i>	168
	<i>Feedback (4): Kritik entgegennehmen</i>	169
	<i>Konfliktlösung (1): Meinungsverschiedenheiten beilegen</i>	170
	<i>Konfliktlösung (2): Die Perspektive wechseln</i>	172
	<i>Konfliktlösung (3): Zum Kern der Sache vordringen</i>	173
	<i>Konfliktlösung (4): Verdrängungsstrategien durchschauen</i>	174
<b>5</b>	<b>Wie erreichen wir gemeinsam unsere Ziele? Methoden zur Team- und Projektarbeit</b>	177
	Spielregeln festlegen: Die Gegenteil-Methode	178
	Effiziente Besprechungen	179
	<i>Sinn und Zweck von Besprechungen</i>	179
	<i>Planung von Besprechungen</i>	180
	<i>Rollen- und Aufgabenverteilung</i>	180
	<i>Checkliste zur Bewertung einer Besprechung</i>	183

Mind Mapping .....	187
<i>Was ist Mind Mapping?</i> .....	187
<i>Anwendungsbereiche für Mind Mapping</i> .....	187
<i>Praktische Tipps für das Mind Mapping</i> .....	188
<i>Nutzen von Mind Mapping</i> .....	190
Eliminationsmethode .....	190
Fragen und Checklisten für die Teamarbeit .....	191
Vorteile von Teamarbeit .....	192
<i>Teams erhöhen die Produktivität</i> .....	192
<i>Bessere Kommunikation</i> .....	192
<i>Synergieeffekte (2 + 2 = 5)</i> .....	192
<b>B</b> .....	100
<hr/>	
<i>Bessere Qualität von Entscheidungen</i> .....	193
<i>Bessere Qualität von Produkten und Dienstleistungen</i> .....	193
<i>Bessere Unternehmenskultur</i> .....	193
<i>Weiterbildung und Wissensmanagement</i> .....	193
Erfolgskriterien für Teamarbeit .....	194
Die gegenseitigen Erwartungen klären .....	196
<i>Was erwartet das Unternehmen vom Team?</i> .....	196
<i>Was erwartet das Team vom Unternehmen?</i> .....	196
<i>Die Erwartungen der Teammitglieder zueinander</i> .....	196
<i>Die Erwartungen des Teams an den Teamleiter</i> .....	196
<i>Die Erwartungen des Projektleiters an das Team</i> .....	196
Literaturverzeichnis .....	199
Stichwortverzeichnis .....	201
Die Autorin .....	207