

TARGET CONCEPT HOSPITALITY®

CONSULTING ▶ TRAINING ▶ COACHING

2012



ERFAHREN.ENGAGIERT.EFFEKTIV.



INHALT

	SEITE
TARGET PHILOSOPHIE	3
ARBEITSWEISE	4
REFERENTEN & PARTNER	5
GLOBALE KONZEPTE	7
ERFOLG FÜR UNSERE KUNDEN	8
THEMENSCHWERPUNKTE DER SEMINARE	9
MANAGEMENT & FÜHRUNG	10
VERKAUF / VERTRIEB & MARKETING	30
KOMMUNIKATION & SERVICE	45
TARGET MYSTERY CHECK	55
DTV-KLASSIFIZIERUNG	60
SERVICE-ANGEBOT	62
SEMINAR-ANMELDUNG	63
TEILNAHME- UND GESCHÄFTSBEDINGUNGEN	64
EINIGE UNSERER SEMINAR-KUNDEN	65
KONTAKT-ADRESSE	66



DIE TARGET CONCEPT PHILOSOPHIE:

Was sind eigentlich die Grundbedingungen erfolgreicher Organisations- und Mitarbeiterentwicklung?

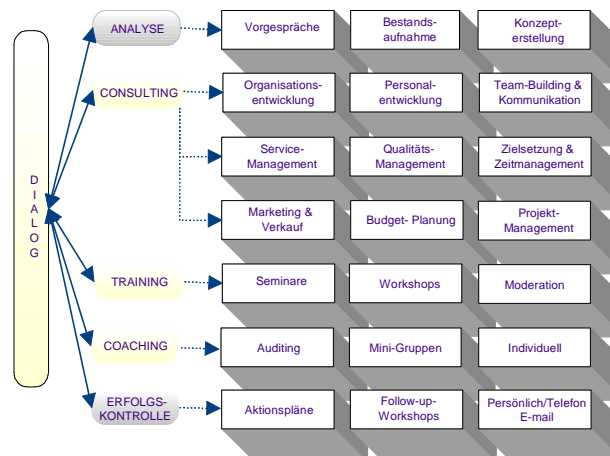
Darauf lässt sich eine grundsätzliche, auf den ersten Blick recht triviale, Aussage machen:
Sie muss gewollt sein.

Um das Unternehmensziel zu erreichen, braucht man Strategien und Konzepte, Organisation und Instrumente, und, nicht zuletzt, Professionalität.

So ist es in manchen Situationen sinnvoll, die eigene Expertise durch externes Know-how zu ergänzen.

Daher beginnen wir mit dem, was das Wesen des individuellen Beratungsprozesses ausmacht:

DEM DIALOG....





WIE ARBEITEN WIR?

Wir orientieren uns an der Kultur und den Zielen unserer Kunden.

Unternehmen bestehen aus mehreren Einheiten und Systemen, die voneinander abhängig sind und sich gegenseitig beeinflussen. Systeme funktionieren jedoch nicht einfach von selbst - sie werden von Menschen entwickelt und gesteuert.

Deshalb steht bei uns auch der Mensch im Unternehmen, im Hotel oder Tourismusverband im Mittelpunkt unserer Arbeit.

Erfolgreiche Unternehmen haben erkannt, dass durch Förderung der Kreativität, Kompetenz und Selbstverantwortung des Einzelnen die Wettbewerbsfähigkeit auch in Zukunft gesichert werden kann.

Dies unterstützen wir mit unserer Arbeit als Consultant, Trainer und Coach.

So verstehen wir es als unsere Aufgabe, unseren Kunden dabei zu unterstützen, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu sichern sowie die Produktivität des Unternehmens und die Qualität der Serviceleistungen aller Mitarbeiter in den internen und externen Beziehungen zu erhöhen.

Seit 1991 ist die Target Concept GmbH auf Consulting, Training und Coaching innerhalb der Hospitality Industrie spezialisiert, international tätig und

- einer der von der Wirtschaftskammer Österreich zur Durchführung von Mystery Checks akkreditierter Partner
- als eines der ersten Beratungsunternehmen Service Qualität Deutschland zertifiziert
- für den Deutschen Tourismusverband als Prüfer anerkannt
- in der Kommission der Hotelklassifikation des Bayerischen Tourismus Verbandes und
- in der Kommission der 5* Hotels der Österreichischen Wirtschaftskammer



DTV



WKO



IHRE PARTNER & REFERENTEN

WOLFGANG D. WAGNER, GESCHÄFTSFÜHRER



Anerkannter Experte im Bereich Hotelanalyse und Projektmanagement. „Certified Human Resources Manager“ und „Qualitätsmanagement-Berater“, Gastreferent an den Tourismusschulen der WKO sowie Coach für Existenzgründer und bei Betriebsübernahmen im Auftrag der Bayerischen IHK.

Vor der Gründung der TARGET CONCEPT GMBH 1991 war er über 10 Jahre als Director Human Resources eines weltweiten Dienstleistungskonzerns für Mittel- und Osteuropa verantwortlich.

Er ist Absolvent der Cornell University, School of Administration, Ithaca USA, mit langjähriger Management Erfahrung innerhalb der Luxushotellerie u.a. in der Karibik und Far East.

ULRIKE WAGNER, BETRIEBSWIRTIN MARKETING



Service sells® – Servicequalität – Ihre Chance!
Verkauf und Kommunikation – das A + O des Erfolgs!

Seit 1994 sind ihre Spezialgebiete die Entwicklung von Marketing- und Verkaufsstrategien, sowie die Konzeption und Durchführung von Seminaren. Themenschwerpunkte: Servicequalität, Verkauf, Marketing, Kommunikation und ganzheitliche Führungskompetenz. Zu ihren Kunden zählen Touristik- und Hospitality-Unternehmen, Verbände, Regionen ebenso wie Industrieunternehmen im In- und Ausland.

Sie ist Absolventin der Cornell University, School of Administration, mit langjähriger Auslandspraxis in Frankreich, der Karibik, Far East und Erfahrung in allen Tourismusbereichen. Als Director of Sales & Marketing war sie über 10 Jahre für internationale Konzerne innerhalb der Luxushotellerie erfolgreich tätig.

.....UNTERSTÜTZTDURCH EIN TEAM SPEZIALISIERTER TRAINER,
PARTNER & MYSTERY GUESTS

UNSERE SPEZIALISTEN FÜR IT-LÖSUNGEN, HOTEL-VIDEOS, UND TARGET SELECTION....



THOMAS FÜRBRINGER

berät und betreut seit über 10 Jahren Unternehmen aus der Touristik und Hospitality Branche bei Ihren IT-Projekten. Zu seinen Kunden zählen Reiseveranstalter, Hotels und Hotelketten, Verlage, aber auch Betriebe im Wellness-Bereich und touristische Verbände.

Schwerpunkthemen sind dabei Internetoptimierung, die Entwicklung von IT-Strukturen, Online Marketing- und –Verkaufskonzepte.



SUSI HEINZ

MAGISTER DER PHILOSOPHIE

Seit 1989 ist sie als Redakteurin, Autorin und Regisseurin tätig. 2001 Gründung ihrer eigenen Filmproduktionsfirma www.govision.tv mit Sitz südlich von München.

Ihre Erfahrung stützt sich auf über 500 Sendungen für ARD und ZDF, über 300 Sendungen für ProSieben und n-tv, ergänzt durch unzählige Filme zusammen mit der freien Wirtschaft

Sie ist spezialisiert auf Business Movies:

Hotelpräsentationen, Industriefilme, Messespots und Produktvideos.



JUTTA MÜNCH-GROHMANN

Hotelfachfrau mit solider Basis und Direktorin mit profundem Know-how. Tätig für exklusive Privathotels und internationale Hotelketten. 1993 machte sie sich mit ihrer eigenen Pre-Opening-Agentur, Schwerpunkt Verkauf, Marketing und Personal, selbstständig. Als Geschäftsführerin von [staff.future](http://staff.future.com), Personalberatung, sowie Karriereplanung für Führungskräfte, ist sie Dienstleisterin aus Überzeugung mit dem siebten Sinn für die Perlen der Branche.



Globale Konzepte

WELTWEITE EINFÜHRUNG VON WEITERBILDUNGS-KONZEPTEN

Viele weltweit tätige Unternehmen, u.a. Airlines und Hotelkonzerne, bauen globale Strategien auf, während sie ihre lokale Präsenz nicht vernachlässigen dürfen. Zusammen mit unserem Business Partner Wilson Learning Worldwide unterstützen wir Ihre Mitarbeiter dabei, den weltweiten Fokus, die sie für die Umsetzung dieser Strategie benötigen, weiter zu fördern.

Viele Unternehmen suchen nach den geeignetsten Wegen, wie sie sich weltweit präsentieren und zeitgerecht auf ständige Veränderungen im lokalen Markt reagieren. Wenn Unternehmen international erfolgreich sein möchten, müssen sie ihre Mitarbeiter befähigen, diese multinationalen Strategien auszuarbeiten und einführen zu können, dabei globale Technologien zu finden und einzusetzen, und Informationsaustausch zwischen unterschiedlichen Kulturen zu schaffen und zu koordinieren.

Wilson Learning Worldwide, selbst international engagiert, in Kombination mit der lokalen Expertise von Target Concept, haben umfangreiche Erfahrung mit weltweit tätigen Unternehmen und der Entwicklung von ganzheitlichen Programmen, die multikulturelle Geschäftsaspekte berücksichtigen. Wir haben diesen dringenden Bedarf verstanden und können Ihnen zeigen, wie kulturelle Unterschiede überbrückt und genutzt werden können, um Spitzenleistungen weltweit zu erzielen. Wir erarbeiten mit Ihnen ein Konzept zum Verständnis globaler Zusammenhänge und liefern substantielle und anwendbare Maßnahmenkataloge, die Ihre Mitarbeiter dabei unterstützen, mit diesen komplexen Herausforderungen erfolgreich umzugehen und Ihre lokalen und globalen Zielvorstellungen zu erreichen.



ERFOLG FÜR UNSERE KUNDEN - IHR VORTEIL:

- ▶ **Intensive Vorabgespräche** mit unseren potentiellen Auftraggebern zur Festlegung der Ziele und Vorgangsweisen.
- ▶ **Vorort-Recherche durch die Trainer / Berater** für individuelle Lösungsansätze. Sie erhalten grundsätzlich keine Standardlösungen für Ihre Einzelsituationen, da nur eine ganzheitliche Betrachtungsweise den langfristigen und nachhaltigen Erfolg sicherstellt.
- ▶ **Internationale Trainingsmaßnahmen** werden durch die Expertise unserer Partner von Wilson Learning Worldwide unterstützt um so den globalen Anforderungen gerecht zu werden.
- ▶ **Detaillierte transparente Angebote** für Ihre Budgetsicherheit.
- ▶ **Sie können sich auf unsere Verschwiegenheit** verlassen. Wir behandeln das, was wir bei unseren Kunden sehen und hören, streng vertraulich.
- ▶ **Kein Maßnahmenkatalog** als Abschluss eines Projektes. Wir unterstützen die Arbeit unserer Kunden durch regelmäßigen Gedankenaustausch und individuelle Betreuung, sodass eine erfolgreiche Umsetzung und Anwendung der vereinbarten Maßnahmen in der Praxis gewährleistet ist.
- ▶ **E-Learning, blended E-Learning**, Webinars, After Work oder Early Bird..... sind einige der möglichen Seminarmodelle, die sich an den zeitlichen Anforderungen unserer Kunden und deren Mitarbeiter orientieren.



THEMENSCHWERPUNKTE DER SEMINARE

Unter drei Themenbereichen

MANAGEMENT & FÜHRUNG

VERKAUF / VERTRIEB & MARKETING

KOMMUNIKATION & SERVICE

finden Sie eine Reihe an Seminar-Inhalten, die sich speziell an den Anforderungen und Wünschen unserer Kunden aus der Hotellerie und Touristik praxisgerecht orientieren.

Die Target Concept Seminare oder Workshops können Bestandteil eines ganzheitlichen Entwicklungs- oder Veränderungsprozesses sein. aber auch als Einzelmaßnahme für mehrere Mitarbeiter eines Unternehmens, und ergänzt durch individuelles Coaching, geplant werden.

Die Themen dieser Broschüre werden in offenen Seminaren in Deutschland, der Schweiz und Österreich durchgeführt.

Gleichzeitig bilden sie die Grundlage für firmeninterne Seminare, die unter Berücksichtigung unternehmerischer Ziele, Werte und Besonderheiten entwickelt und angepasst werden können.

Die internationalen Seminare unseres Business-Partners Wilson Learning Worldwide können in der jeweiligen Landessprache durchgeführt werden.



SEMINAR-THEMEN

MANAGEMENT & FÜHRUNG

- DAS MITARBEITERGESPRÄCH ALS FÜHRUNGSINSTRUMENT
Zielvereinbarung und konstruktive Kritik
- BEWERBERAUSWAHL DURCH PROFESSIONELLE INTERVIEWS
Von Anforderungsprofil bis Zeugnissprache
- ZUKUNFT PLANEN – ZIELE FESTLEGEN – ZEIT MANAGEN
Berufliche und private Ziele und Planung in Balance bringen
- KONFLIKTMANAGEMENT - CHANCEN ZUR TEAMENTWICKLUNG
Konflikt - Konsens - Kooperation - Kompetenz
- GANZHEITLICHE FÜHRUNGSKOMPETENZ
Die Führungskraft im Spiegel von Eigen- und Fremdwahrnehmung
- RHETORIK IM UNTERNEHMENSALLTAG
Präsentationen effektiv planen und professionell durchführen
- INTERKULTURELLE KOMPETENZ
Kommunikation im Spannungsfeld globaler Beziehungen
- QUALITÄTSMANAGEMENT IM TOURISMUS (TQM)
Qualitätsentwicklung und -sicherung
- COACHING & BERATUNG
individuell oder im kleinen Kollegen- oder Mitarbeiterkreis



DAS MITABEITERGESPRÄCH ALS FÜHRUNGSINSTRUMENT ZIELVEREINBARUNGEN UND KONSTRUKTIVE KRITIK

IHR NUTZEN:

Durch die klare Strukturierung dieser Gespräche werden Sie erfahren, dass auch mit schwierigen Mitarbeitern die Situation für beide Beteiligte erfolgreich gemeistert werden kann.

Dadurch können Sie auch die Interaktion mit Ihren Mitarbeitern auf einer „win – win“ – Basis führen.

ZIELSETZUNG:

Unterschiedliche Situationen in der Arbeitswelt erfordern entsprechende Führungsgespräche des/der Vorgesetzten mit seinem/ihrer Mitarbeiter/in. Abteilungsleiter und Management werden mit einem Konzept gezielter Mitarbeitergespräche über Zielvereinbarungen und Mitarbeiter-Beurteilungen vertraut gemacht.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Das Konzept enthält die drei wesentlichen psychologischen Elemente der Gesprächsführung

- Selbstwertgefühl erhalten
- Aktives Zuhören
- Einbeziehung des Mitarbeiters

zum gemeinsamen Erfolg.

- Planung und Vorbereitung der Gespräche
- Gesprächsatmosphäre
- Beurteilungskriterien und -formen
- Unterschiede in der Beurteilung von Leistung und Verhalten
- Einwandbehandlung
- Zielvereinbarung vs. Zielsetzung
- Einhalten von Vereinbarungen und Unterstützung durch den Vorgesetzten
- Coaching zur Erreichung der Zielvereinbarungen

METHODIK:

Trainer-Input, Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Erfahrungsberichte, Diskussionen, Feedback, Checklisten, Modellfilm, Transfervorbereitung.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



BEWERBERAUSWAHL DURCH PROFESSIONELLE INTERVIEWS VON ANFORDERUNGSPROFIL BIS ZEUGNISSPRACHE

IHR NUTZEN:

Sie werden in der Lage sein, anhand der Praxisübungen zukünftig die korrekten Entscheidungen anhand vorhandener Fakten zu treffen.

Bei der Anwendung in der Praxis werden durch den Ausschluss unqualifizierter Bewerber unnötige Bewerbungs- und Folgekosten vermieden.

ZIELSETZUNG:

Leitende Mitarbeiter und Abteilungsleiter, die regelmäßig vor der Aufgabe stehen, den/die "richtige/n" Bewerber/in für die zu besetzende Position einzustellen, haben sehr oft nur zwei Alternativen:

- ① es gibt keine Auswahl und als Notlösung wird jemand mit wenig Qualifikation akzeptiert, oder
- ② es gibt eine Vielzahl von Bewerbern, aus denen der oder die „Ideale“ herausgefiltert werden soll.

Die Teilnehmer werden die Wichtigkeit von verschiedenen Planungsinstrumenten und Vorgangsweisen bei der Personalsuche und -auswahl erkennen und anwenden lernen. Sie werden das Interview mit den Bewerbern zielbewusst steuern, um alle relevanten Fakten zur Entscheidungsfindung zu erhalten.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Um von vornherein einige Unsicherheitsfaktoren auszuschließen und eine unvoreingenommene Vorauswahl zu ermöglichen, lernen die Teilnehmer

- ein Anforderungsprofil zu erstellen,
- dies mit den Qualifikationen des/der Bewerber/in zu vergleichen,
- die Bewerbungsunterlagen zu analysieren,
- die „Zeugnis-Sprache“ zu interpretieren,
- sowie anhand von Rollenspielen strukturierte Interviews zu führen.

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Einzel- und Gruppenarbeiten, Diskussionen, Modellfilm, Rollenspiele, konstruktive Kritik.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 ½ TAGE



ZUKUNFT PLANEN – ZIELE FESTLEGEN - ZEIT MANAGEN BERUFLICHE UND PRIVATE PLANUNG UND ZIELE IN BALANCE BRINGEN

IHR NUTZEN:

Bereits während des Seminars können Sie entscheiden, ob und wie weit Sie erste Schritte zur Veränderung einleiten wollen und diese durch konkrete Vereinbarungen dann auch umsetzen werden. Konsequenterweise angewandt, wird dies einen nachhaltigen, positiven Effekt auf Ihr privates und berufliches Umfeld haben.

ZIELSETZUNG:

Effektives Zeitmanagement basiert auf zwei Grundkomponenten:

- der persönlichen Einstellung und
- der Planungstechnik.

Beide Bereiche werden im Seminar ausführlich analysiert und den Teilnehmern verschiedene Möglichkeiten der Selbstorganisation zur Umsetzung in die tägliche Praxis aufgezeigt.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Dies beinhaltet

- persönliche, berufliche und private Zielsetzungen
- kurz- und langfristige Planungskonzepte
- Erkennen der Zeitfresser
- Tages-Leistungs-Rhythmus
- Delegation von Aufgaben
- Reduzierung von Störfaktoren
- Stressabbau durch Entspannungstechniken

METHODIK:

Trainer-Input , Präsentationen, geführte Meditation, Entspannungstechniken, Einzel- und Gruppenarbeiten, Checklisten, Modellfilm, Erfahrungsberichte.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 ½ TAGE



KONFLIKTMANAGEMENT - CHANCEN ZUM TEAMBUILDING KONFLIKT - KONSENS - KOOPERATION - KOMPETENZ

IHR NUTZEN:

Konflikte können von Ihnen durch zeitgerechte Behandlung und Einbeziehung der Beteiligten zur Lösungsfindung so erfolgreich behandelt werden, dass diese zukünftig nicht als bedrohlich, sondern förderlich für ihre Zusammenarbeit gesehen werden.

ZIELSETZUNG:

Unterschiedliche Meinungen, Einstellungen, Verhaltensweisen, Interessen sind immer vorhanden und nur natürlich, wenn Menschen zusammentreffen. Wenn dieses Potenzial jedoch nicht dazu verwendet wird, die gemeinsamen Ziele zu erreichen, können Konflikte entstehen. Die Teilnehmer werden erkennen, dass sie durch rechtzeitiges Diagnostizieren der unterschiedlichen Konfliktsituationen und Verwendung der geeigneten Lösungsstrategien zur Weiterentwicklung ihres Teams beitragen können.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Ursachen und Entstehung von Konflikten
- Innere Konflikte
- Persönliche Einstellung zu Konflikten
- Konfliktverhalten des Konfliktpartners
- Konflikte als Chance
- Kreative Strategien zur Konfliktlösung
- Abwehrmechanismen
- Umgang mit Emotionen und Eskalationen
- „Win-Win“ – Situationen
- Moderationstechniken

Die Teilnehmer werden persönlich erlebte oder zu bearbeitende Situationen aus ihrem Arbeitsumfeld einbringen, diskutieren und die für diese Situation geeignete Methodik zur Konfliktlösung erarbeiten.

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Selbsteinschätzung, Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele, Diskussionen, Modellfilm.

TEILNEHMER: 10

DAUER: 2 TAGE



GANZHEITLICHE FÜHRUNGSKOMPETENZ DIE FÜHRUNGSKRAFT IM SPIEGEL VON EIGEN- & FREMDWAHRNEHMUNG

IHR NUTZEN:

Die Teilnehmer lernen ihre Wirkung auf andere zu optimieren, ihr Leistungspotenzial auf das wirklich Wichtige zu konzentrieren und ihre Kreativität gezielt einzusetzen.

Sie lernen Konflikte als Katalysator für Veränderungen zu sehen und mit Problemfeldern positiv umzugehen.

ZIELSETZUNG:

Wer Führungskompetenz will, muss Führungspersönlichkeit haben. Dieses Seminar bietet die Grundlage für einen Prozess der Persönlichkeits-Entwicklung über Fremd- und Eigeneinschätzung innerhalb verhaltenswissenschaftlich abgesicherter Führungsmodelle kennen zu lernen.

Wer andere zum Erfolg führen will, muss bei der Führung der eigenen Person beginnen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Themenschwerpunkte:

- Ganzheitlich führen
- Persönlichkeitsstruktur
- Der persönliche Führungsstil
- Kommunikation und Gesprächsführung
- Konfliktmanagement
- Chancen der teamorientierten Zusammenarbeit
- Mitarbeiter zu engagierten Mitgestaltern motivieren

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input, Einzel- und Gruppenarbeiten, Auswertung von persönlichen Daten der Lerninstrumente, Diskussionen, Vergleiche der eigenen und Management-Methodik Anderer aus unterschiedlicher Wahrnehmung, Transfervorbereitung.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



RHETORIK IM UNTERNEHMENSALLTAG PRÄSENTATIONEN EFFEKTIV PLANEN UND DURCHFÜHREN

IHR NUTZEN:

Durch die Optimierung Ihrer Vorbereitung und das Üben in der Gruppe werden Ihre Präsentationen sofort in der Praxis ein höheres Maß an Anerkennung bringen. Sie erlernen einen der größten Stressfaktoren, den „Auftritt“ vor einer Gruppe von Menschen, zu kontrollieren.

ZIELSETZUNG:

Mit einer perfekten Präsentation kann eine Entscheidung positiv beeinflusst werden.

Sie erfahren hier, wie man einer Gruppe ein Thema am wirkungsvollsten nahe bringt, indem man genau plant, sinngerecht ausarbeitet und überzeugend präsentiert.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Wirkungsfaktoren Sach- und Beziehungsebene
- Festlegung des Präsentationsziels
- Aufbau einer Präsentation
- Der effektive Einsatz von audiovisuellen Hilfsmitteln und Geräten
- Das Eingehen und Steuern einer Gruppe
- Rhetorische, dialektische und körpersprachliche Hinweise
- Mentale Vorbereitung

Die Teilnehmer erarbeiten verschiedene Präsentationen anhand von vorgegebenen und freigestellten Themen und führen diese während des Seminars durch.

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Gruppenarbeiten, Einzelarbeiten.
Die Videoaufzeichnungen werden in der Gruppe besprochen und konstruktive Kritik und positive Bestärkung geübt.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



INTERKULTURELLE KOMPETENZ KOMMUNIKATION IM SPANNUNGSFELD GLOBALER BEZIEHUNGEN

IHR NUTZEN:

In der globalisierten Arbeitswelt ist interkulturelle Kompetenz eine Schlüsselqualifikation der „Global Player“. Sie erfahren die Wirkung der eigenen Verhaltensweisen auf ausländische Geschäftspartner und Gäste und werden Kommunikation, die Missverständnisse hervorrufen können, zukünftig vermeiden.

ZIELSETZUNG:

Den Kulturkreis wählen Sie! Asien ist ein nicht nur wachsender, sondern auch besonders vielfältiger Markt. USA – Baseballmützen und American Football, gibt es so etwas wie eine amerikanische Kultur? Kennen Sie Russland, Kirgisistan, Usbekistan und die weiteren neun Republiken der GUS-Staaten? Was verbindet sie miteinander?

Ziel des Seminars ist es, Hintergrundwissen über die entsprechenden Länder und Einblicke in fremde Denk- und Handlungsweisen zu vermitteln. Es soll Anstoß geben, Vorurteile abzubauen und eigene Deutungen zu reflektieren.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Was ist „typisch deutsch“?
- Wahrnehmung der eigenen Stärken und Schwächen im Auftreten und deren Wirkung
- Wirkungsfaktoren Sach- und Beziehungsebene
- Unterschiedliche Körpersprache
- Kennen und Vermeiden von typischen Fettnäpfchen
- Wer sind unsere Kunden / Gäste. Warum sind unsere Kunden / Gäste wie sie sind und was erwarten Sie von uns?
- Sensibilisierung für andere Kommunikations-Kulturen
- Sitten und Gebräuche
- Respekt als Mittel der Völkerverständigung

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Gruppenarbeiten, Einzelarbeiten.
Dieses Seminar wird mit einem deutschen und einem Trainer aus dem jeweiligen anderen Kulturkreis durchgeführt.

TEILNEHMER : 12

DAUER : 2 TAGE



QUALITÄTSMANAGEMENT QUALITÄTSENTWICKLUNG UND -SICHERUNG

IHR NUTZEN

Durch eine umfassende Bestandsaufnahme und Analyse der Serviceeinrichtungen und -leistungen innerhalb Ihres Betriebes werden Möglichkeiten aufgezeigt, wie Ihr Unternehmen durch einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess den Anforderungen eines qualitätsbewussten Kunden /Gastes nicht nur gerecht werden kann, sondern dessen Erwartungen sogar übertrifft.

ZIELSETZUNG:

In diesem Workshop werden alle Aspekte für die Einführung eines für Ihren Betrieb sinnvollen Konzepts zur Qualitätsentwicklung und -sicherung erarbeitet, um Kundenzufriedenheit langfristig zu gewährleisten.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Anforderungen an das Management und die Mitarbeiter
- Durchführung einer Bestandsaufnahme (IST-Analyse)
- Auswahl und Entscheidung über Qualitätsstandards
- Einführung und Umsetzung der Maßnahmen (Aktionspläne)
- KVP –Kontinuierliches Verbesserungs-Programm
- Überprüfung der veränderten Einrichtungen und Dienstleistungen
- Qualitätskontrolle aus Kundensicht

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Gruppenarbeiten, Diskussionen.

TEILNEHMER : 12

DAUER : 1 ½ TAGE



COACHING & BERATUNG

ZIEL

Ziel des Coachings ist es, einzelne Betriebe im kleinsten Kreis oder ganz individuell bei deren Entwicklung bei verschiedenen Aufgabenstellungen zu unterstützen und zu beraten.

NUTZEN

Kein Gießkannenprinzip, sondern individuell auf den Betrieb und seine einzigartige Situation abgestimmte zielgerichtete Maßnahmen.

ABLAUF & THEMENSCHWERPUNKTE

Erstbesprechung:

IST-Analyse, Zielsetzung, Festlegung der Schwerpunkte und Vorgangweisen

Mögliche Schwerpunkte:

- Analyse des Unternehmens
- Überprüfung von vorhandenen Betriebsabläufen
- Einführung und Kontrolle eines Qualitätsmanagements
- Analyse von Verbesserungspotenzialen
- Erstellen eines Maßnahmenkataloges mit Lösungsvorschlägen
- Erarbeiten von Marketingkonzepten
- Budgeterstellung und -kontrolle
- Definition von Qualitätsstandards
- Festlegung von organisatorischen Abläufen
- Erarbeiten von Qualitätssicherungsmaßnahmen
- Mitarbeitergespräche

Nach Abschluss der vereinbarten Maßnahmen ist eine weitere Betreuung durch TARGET CONCEPT selbstverständlich. (Minimum Telefonhotline)



SEMINAR-THEMEN

VERKAUF/VERTRIEB & MARKETING

C.H.O.O.S.E.® HOTEL – PLANSPIEL -1X1 DES BANKETT- UND ZIMMERVERKAUFS
COOPERATIVE HOTEL OPERATIONS & OCCUPANCY SIMULATION EXERCISE
Yield Management im Veranstaltungs- und Zimmerbereich

HOTEL-VERKAUFS- & VERANSTALTUNGSABTEILUNG, REZEPTION, RESERVIERUNG ODER TOURISMUSBÜRO

(SEMINARSCHWERPUNKTE WERDEN AUF DIE TEILNEHMER JE NACH ABTEILUNG ABGESTIMMT)

ATTRAKTIVE ANGEBOTSGESTALTUNG

Packages und Angebote, die Verkaufen!

FIT IM VERKAUFEN AM TELEFON

Wie viel Geld verlieren Sie am Telefon?

PROFESSIONELLER VERKAUF - VON DER (E-MAIL-) ANFRAGE ZUR BUCHUNG

Kategorie- und Alternativ-Verkauf...und mehr

ERFOLGSFAKTOR GÄSTEBINDUNG – BEZIEHUNGSMANAGEMENT

Gäste begeistern

SPECIALS

WINTER-WARM-UP ODER SUMMER-SPLASH

Fit für eine erfolgreiche Tourismus-Saison



SEMINAR-THEMEN

VERKAUF/VERTRIEB & MARKETING

HOTELVERKAUF

DIE VERKAUFSABTEILUNG, DAS VERKAUFS- & MARKETINGBÜRO

Grundlagen des Hotel- & Tourismusverkaufs
Effiziente Organisation, Führung und Kontrolle einer Verkaufsabteilung

AKQUISITION - SYSTEMATISCHE NEUKUNDENGEWINNUNG

Recherche – Segmentierung – Terminvereinbarung

DER TARGET-VERKAUFS-AKTIVITÄTENPLAN®

Verkaufsaktivitäten messbar machen

TELEFONMARKETING

Fit für das telefonische Verkaufsgespräch & Follow-up – Aktionen

TCC TOTAL CUSTOMER CARE

“7 K’s“ – Target Sales® Kundenorientiertes Verkaufen
Spaß am Verkaufen – unterschiedliche Segmente (Videotraining)

„7 M’s“-TARGET MARKETING®

Grundlagen des Hotel- & Destinations-Marketing

STRATEGISCHES VERKAUFEN AN KEY-ACCOUNTS

Erfolgreiches Kundenmanagement

VERKAUFSPRÄSENTATION & VERHANDELN MIT GRUPPEN

Sicher präsentieren und verhandeln

ERFOLGREICH AUF MESSEN

Konzeption – Organisation – Präsentation „it’s showbizz“



SEMINAR-THEMEN

VERKAUF/VERTRIEB & MARKETING

COMBI – ERFOLGSKOMPONENTEN

Ganzheitliche Beratungs-, Trainings- und Coaching-Kombination

COACHING

VERKAUFS-COACHING

On-the-Job-Training, individuell und in Mini-Gruppen

TELE-COACHING

In-bound & Out-bound Gespräche (Telefonaufzeichnung)

SERVICE-COACHING IM RESTAURANT

von der Begrüßung über die Empfehlung und Zusatzverkauf zum Tip
(Videoaufzeichnung)



C.H.O.O.S.E.® HOTEL-PLANSPIEL - 1X1 DES BANKETT- UND ZIMMERVERKAUFS COOPERATIVE HOTEL OPERATIONS & OCCUPANCY SIMULATION EXERCISE

IHR NUTZEN:

Nach dem Workshop werden Sie Ihre bisherige Buchungsannahme und Verkaufsstrategie in der Praxis überprüfen und durch Berücksichtigung der neuen Erkenntnisse zu einer optimalen Auslastung des Hotels einen wesentlichen Beitrag leisten.

ZIELSETZUNG:

Mitarbeitern, deren Aufgabe die Annahme von Reservierungen für Gästezimmer und/oder Veranstaltungsräumen ist, wird hier bewusst gemacht, dass zur Optimierung des Verkaufserfolgs eine reibungslose Kommunikation untereinander ausschlaggebend ist.

So soll z.B. ein Empfangs- oder Reservierungsmitarbeiter nicht „auf's Geratewohl“ Reservierungen für Gästezimmer aufnehmen, wenn aus der historischen Erfahrung heraus für diesen Termin immer lukrativere Buchungen mit Inanspruchnahme von Veranstaltungsräumen und Banketten möglich sind. Grundlage für solche Entscheidungen sind konkrete statistische Daten, aktueller Buchungsstand und der Austausch dieser Informationen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Yield – Management: im Veranstaltungs- und Zimmerbereich Erträge optimieren durch nachfrageorientierte Angebotssteuerung
- „C.H.O.O.S.E.“

Innerhalb des **computer-unterstützten „C.H.O.O.S.E.“- Planspiels** werden von den Teilnehmern als konkurrierende Hotelmanagement-Teams Entscheidungen über die eingehenden Buchungsanfragen für Zimmer und Veranstaltungen getroffen. Dabei soll ein optimales Angebot für den „Kunden“ erarbeitet werden, welches den größtmöglichen Verkaufserfolg für das Hotel sicherstellt.

Diese Verkaufsabschlüsse werden vom Computer ausgewertet und am Ende des Planspiels stehen die Ergebnisse, Belegungsprozente und Nettogewinn für die einzelnen Hotelteams zur Verfügung.

METHODEN:

Präsentationen, Gruppenarbeiten, Impulsreferate, Diskussionen, **Computerauswertung**

TEILNEHMER: 15 - 20

DAUER:

2 TAGE



ATTRAKTIVE ANGEBOTSGESTALTUNG PACKAGES UND ANGEBOTE, DIE VERKAUFEN!

NUTZEN:

Nach der genauen Analyse Ihres Betriebes und dessen Zielgruppe und des Marktes werden Sie kundenorientierte Angebote erstellen, die verkaufen!

ZIELSETZUNG:

Sie werden die momentanen Trends im Tourismus erkennen, und darauf aufbauend, moderne zielgruppenspezifische Angebote erstellen. Das Angebot per Internetauftritt, per E-Mail und per Brief werden unter die Lupe genommen und Verbesserungsmöglichkeiten aufgezeigt.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Tourismustrends
- Stärken- & Schwächen-Analyse
- Erfolgchancen von Profilierung
- Was ist Marketing – Was ist mein Konzept?
- Wer ist meine Zielgruppe und was sind seine besonderen Bedürfnisse?
- Gestaltung von individuellen Angeboten

METHODIK:

Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Verfassen von Angeboten.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 TAG



FIT IM VERKAUFEN AM TELEFON WIEVIEL GELD VERLIEREN SIE IM ERSTEN KUNDENKONTAKT?

IHR NUTZEN:

Sie erhalten grundlegende Kenntnisse über das richtige Verhalten am Telefon, die Rolle des Telefons und der Internet-Kommunikation innerhalb der Marketingstrategie des Unternehmens. Der Stellenwert des professionellen Einsatzes und der Anwendung des Verkaufsinstruments Telefon wird bewusst.

ZIELSETZUNG:

Die richtige Gesprächspartner- und Bedarfsermittlung, Terminvereinbarung und das telefonische Verkaufsgespräch werden zur Selbstverständlichkeit. Die Teilnehmer erlangen Sicherheit bei Preisverhandlungen und die Fähigkeit, höhere Preise, Mengen und Zusatzleistungen zu verkaufen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Wie werde ich zum kompetenten Gesprächspartner?

Rhetorik am Telefon & allgemeine Telefonregeln

Sind Sie ein guter Zuhörer?

In-bound – das hereinkommende Telefongespräch

- Verkauforientierte Bestellungen- /Buchungsannahme
- Kundenspezifische Beratung
- Reklamationsbehandlung

out-bound – das selbst initiierte Telefongespräch

- Neukundengewinnung
- Marktforschung / Bedarfsanalyse / Wecken von Interesse
- Zielgruppenorientierte Produkt- und Service-Präsentation
- Das telefonische Verkaufsgespräch versus der Terminvereinbarung
- Vorbereitung auf Einwände und Preisverhandlung
- Telefonisches F'up auf Angebote und Mailings

Do's and Don't's per e-mail

METHODIK:

Eine Kombination aus einem themenbezogenen Training als Vorbereitung und anschließendes Coaching gewährleisten bei geringem Zeitaufwand bestmöglichen Erfolg und effiziente Ergebnisse.

Trainer-Input, Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele mit Telefontrainer, konstruktive Rückmeldung, Modellfilm, Erstellung eines individuellen Telefon-Skripts.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



PROFESSIONELLER VERKAUF VON DER (E-MAIL-)ANFRAGE ZUR BUCHUNG

IHR NUTZEN:

Sie erhalten das praktische Werkzeug, um Ihre eigenen Briefe und E-Mails kundenorientiert zu verfassen. Mitgebrachte Beispiele werden analysiert und neue Briefe professionell erstellt. Verkaufen und Kundenbindung – Sie wissen nach dem Workshop, warum Ihre Briefe und E-Mails gelesen werden, was Ihre Kunden interessiert, und warum sie antworten bzw. positiv reagieren.

ZIELSETZUNG:

Die Teilnehmer werden erkennen, welche Bausteine in einem Angebot vorhanden sein müssen, und worauf es ankommt, damit Kunden sich für ihr Angebot entscheiden und bei Ihnen buchen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Konzeption eines Schreibens
 - Was erwartet der Kunde von unserem Angebot?
 - Welche Fakten werden benötigt? – Welche Motive bewegen den Kunden?
 - Welche Vorteile hat der Kunde?
- Formulieren des Schreibens
- Tipps für den Briefstil, die Briefform, die E-mail-Form
- Erstellen von variablen Textbausteinen

METHODIK:

Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Verfassen von Briefen und E-mails.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 TAG



ERFOLGSFAKTOR GÄSTEBINDUNG GÄSTE BEGEISTERN

NUTZEN:

Ein Mehr an persönlicher „Zuneigung“ und das „anders sein als andere“: Sie werden erkennen, ob Ihr Haus für die Zukunft gerüstet ist. Was man in der Praxis tun kann, um Gäste so zu begeistern, dass sie zum besten Werbeträger werden. Sie werden Antworten haben auf die Fragen...welche Rolle spielt der Mitarbeiter? ...wie geht man mit jemand um, der aktiv für eine Weiterempfehlung gesorgt hat? ...kenne ich meine Gäste wirklich?

ZIELSETZUNG:

Die Teilnehmer werden erkennen, dass Gästebindung und Beziehungmanagement der beste Weg zur erfolgreichen und profitablen Führung eines Betriebs sind. Sie werden Ihren eigenen Betrieb und ihre Mitarbeiter auf Kundenorientierung überprüfen und darauf aufbauend Veränderungen einleiten können. Es werden Wege aufgezeigt, wie ein Gast zum Stammgast werden kann.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Trends im Tourismus
- Gäste wollen mehr als Produkte, sie wollen Lösungen
- Individualität in Produkt und Service
- Professionell in der Organisation
- Wie erkenne ich den Wert meiner Gäste
- Was erwartet der Gast und wie wird er zum **Stammgast**
- von der Gästeorientierung
 - zur Gästezufriedenheit
 - zur Gästebindung
 - zur Gästebegeisterung

METHODIK:

Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Erarbeiten eines persönlichen Aktivitätenplans.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 TAG



SPECIAL WINTER-WARM-UP ODER SUMMER-SPLASH FIT FÜR EINE ERFOLGREICHE TOURISMUS-SAISON

KONZEPT

Speziell für mittelständische Betriebe oder Tourismusregionen wurde dieses Modul-Konzept entwickelt und so zusammen gestellt, dass die Teilnehmer neben zielgerichteten und praxisorientierten Inhalten, die sie sofort in die Praxis umsetzen können, zusätzlich noch Reisekosten und Zeit sparen können. Es richtet sich sowohl an die Mitarbeiter der Rezeption/Reservierung (Hotel & Tourismusinformation) als auch Servicemitarbeiter im Restaurant/Bar oder im Gasthof und beinhaltet eine Serie von 4 unterschiedlichen ½-Tages-Modulen (je 4 Stunden), die individuell auswählbar sind.

NUTZEN:

Jeweils vor Saisonbeginn erhalten Ihre Mitarbeiter Sicherheit in der Gestaltung des Gesprächs mit dem Gast in den unterschiedlichsten Situationen. Durch die Fähigkeit, rhetorische und körpersprachliche Signale besser zu erkennen, erhöhen sich Ihre Chancen, Einwänden besser zu begegnen, Buchungen und Verkäufe zu tätigen, gastorientierte Auskünfte und serviceorientierte Leistungen zu erbringen oder / und mehr Umsatz im Restaurant zu erzielen.

ZIELSETZUNG:

Die Teilnehmer werden Spaß am Zusatzverkauf bekommen, und sollte es doch einmal ein kleines Problem geben, die Situation selbstsicher lösen können.

Der Gast erhält das Gefühl kompetenter und serviceorientierter Betreuung und Beratung.

METHODIK:

Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten

TEILNEHMER: 12

DAUER: HALBTÄGIG



SPECIAL WINTER-WARM-UP ODER SUMMER-SPLASH FIT FÜR EINE ERFOLGREICHE TOURISMUS-SAISON

THEMENSCHWERPUNKTE:

MODUL 1

DER GAST, DAS UNBEKANNTE WESEN – KOMMUNIKATION & SERVICE

- Was ist „Service“?
- Was bedeutet es für das Unternehmen?
- Die persönliche Einstellung
- Wie wecke ich Sympathie
- Erkennen der Bedürfnisse und Erwartungen
- Fragetechniken
- Formulierungen
- Positive / negative Aussagen
- Kommunikation.....
- Bedeutung von Sach- und Beziehungsebene

MODUL 2

VON DER ANFRAGE ZUR ERFOLGREICHEN BUCHUNG - VERKAUF AN DER REZEPTION UND AM TELEFON

- Allgemeine Telefonregeln
- Das Gespräch im Griff haben...richtig Fragen
- Gastorientierte Sprache, Fettnäpfchen vermeiden
- Bedürfnisse und Erwartungen der Gäste erkennen und Angebote darauf abstimmen
- Schwierige Gesprächspartner, Anrufer-Profile
- Stress und schwierige Situationen erkennen und damit umgehen
- Einwände – gerne, der Gast hat Interesse!
- Buchungen erfolgreich zum Abschluss bringen.



SPECIAL WINTER-WARM-UP ODER SUMMER-SPLASH FIT FÜR EINE ERFOLGREICHE TOURISMUS-SAISON

THEMENSCHWERPUNKTE:

MODUL 3

IHRE CHANCE AUS UNZUFRIEDENEN GÄSTEN STAMMGÄSTE ZU MACHEN

- Erwartungshaltung der Gäste
- Qualität & Service
- Loyalität versus Gründe für den Verlust von Gästen
- Ursachen und Entstehung von Beschwerden
- Unterschiedliche Persönlichkeiten
- Körpersprache – Verstehen von Signalen
- Systematik der Beschwerde-Behandlung

Die Teilnehmer werden persönlich erlebte oder zu behandelnde Situationen aus ihrem Arbeitsumfeld einbringen, diskutieren und die für diese Situation geeignete Lösungs-Methode erarbeiten.

MODUL 4

SPASS AM VERKAUF & SERVICE IM RESTAURANT UND IN DER BAR – ZUSATZUMSATZ KREIEREN

- Bedeutung von Service
- Von der Begrüßung bis zur Verabschiedung
- Eingehen auf unterschiedliche Gästeformen
- Erkennen der Bedürfnisse und Erwartungen
- Anbieten, Empfehlen und Beraten - Möglichkeiten des Zusatzverkaufs erkennen
- Professionelle Kommunikation mit dem Gast im Restaurant
- Bildhafte Formulierungen
- Positive / negative Aussagen
- Schwierige Gesprächspartner
- Gesprächsstrategie bei Reklamationen



DIE VERKAUFSABTEILUNG GRUNDLAGEN DES HOTEL- & TOURISMUSVERKAUFS EFFIZIENTE ORGANISATION UND FÜHRUNG EINER VERKAUFSABTEILUNG

NUTZEN:

In Verbindung mit dem Target-Verkaufs-Aktivitätenplan® erhalten Sie alle notwendigen organisatorischen Grundlagen, um eine Verkaufsabteilung aufzubauen oder rationalisieren zu können.

ZIELSETZUNG:

Ein klar umrissenes Aufgabenfeld und Arbeits-Abläufe werden definiert und individuelle Aktivitätenpläne erstellt.

Das zielgerichtete Arbeiten wird anhand des Target-Verkaufs-Aktivitätenplans® festgelegt und überprüft.

Wege, den Markt, die Kunden und deren Bedürfnisse kennen zu lernen und diese konzeptionell mit dem Hotelangebot in Einklang zu bringen, werden aufgezeigt.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Aufgaben der Verkaufsabteilung
- Miteinander erfolgreich sein: Operations- & Verkaufsmitarbeiter
- Der Markt ...und etwas Marketinggrundlagen
- Informationsbeschaffung vom Markt und innerhalb des Hotels
- Kunden-Segmentierung und –Bewertung
- Aufbau und Inhalte einer Datenbank
- Kostenorientierte Besuchs- und Routenplanung
- Die wichtigsten Informationen....woher?
- Erstellung eines individuellen Aktivitätenplans

METHODIK:

Impulsreferate, Diskussionen. Einzel- und Gruppenarbeiten

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 ½ TAGE



AKQUISITION – ERFOLGREICHE & SYSTEMATISCHE NEUKUNDENGEWINNUNG – RECHERCHE – TELEFONISCHER ERSTKONTAKT – TERMINVEREINBARUNG

IHR NUTZEN:

Die Selektion der Kunden, für die Sie interessant sind und die wiederum richtig für Sie sind, wird zukünftig strukturierter und zeit- und energiesparender getroffen werden. Sie lernen die Einflussfaktoren bei der Neukundengewinnung im Bereich Vorbereitung und Durchführung kennen und nutzen.

ZIELSETZUNG:

Die konzeptionelle Planung des Zeitpunkts, der Inhalte, und des praktischen Ablaufs der verschiedenen Akquisitionsschritte und deren Auswirkung auf das Erreichen der festgelegten Ziele wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor, ebenso wie die Kenntnis über Gästestrukturen und Einzugsgebiete.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Akquisitions-Ziele und –Strategie
- Auswahl der Zielgruppe
- Merkmale und Bedürfnisse der verschiedenen Kundensegmente
- Klassische Internetportale
- Identifizierung der Entscheider
- Zielorientierte Vorbereitung des telefonischen Erstkontaktes
- Leitfaden zur Telefonakquisition
- Organisation der Nacharbeit

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input , Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele mit konstruktiver Rückmeldung.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 ½ TAGE



DER TARGET-VERKAUFS-AKTIVITÄTENPLAN® – VERKAUFSAKTIVITÄTEN WERDEN MESSBAR GEMACHT

IHR NUTZEN:

Durch konsequenten Einsatz des Target-Verkaufs-Aktivitätenplans können Sie eine effiziente Zeitplanung für alle Aktivitäten innerhalb der unterschiedlichen Kundenkontakte erstellen. Sie können so sicherstellen, dass die vereinbarten Ziele erreicht werden.

ZIELSETZUNG:

Das Seminar gibt eine Einführung in den komplexen Themenbereich sowohl der Planung von Verkaufsaktivitäten, Kosten-Nutzen-Rechnung, Setzen von Schwerpunkten, effektive Zeitplanung als auch Kontrolle über die Resultate der individuellen Aktivitäten. Mitarbeiter der Verkaufsabteilung erhalten Instrumente für ihre eigene Planung und Selbstkontrolle, - sowohl qualitativ als auch quantitativ.

Der TARGET SALES PLAN® bietet ein Instrument zur Festlegung von Kennzahlen für einzelne Abschnitte innerhalb des gesamten Verkaufsprozesses; damit werden Aktivitäten zielorientierter, kontrollierbar und der Erfolg der einzelnen Maßnahmen messbar.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Planung – wozu? – wie?
- Kundenklassifikation
- Bestandteile eines Aktivitätenplans
- Erstellung eines Aktivitätenplans
- Zielvereinbarungen
- Unternehmens-Ziele
- Persönliche Ziele – Möglichkeiten der Selbstkontrolle und Analyse
- Erarbeitung eines persönlichen „Target-Verkaufs-Aktivitäten-Plans“ (TARGET SALES PLAN®)

Durch die Verwendung von Unterlagen und Beispielen aus der Praxis können die Teilnehmer diese auf ihre persönliche Situation anpassen und in ihrer täglichen Praxis direkt umsetzen.

METHODEN:

Impulsreferate, Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 TAG



TELEFONMARKETING FIT FÜR DAS TELEFONISCHE VERKAUFGESPRÄCH & F'UP AKTIONEN

NUTZEN

Die Teilnehmer erkennen, wie durch gezielten Telefoneinsatz die Effizienz der Verkaufsabteilung gesteigert werden kann, wie vorhandene Kunden reaktiviert und neue Kunden gewonnen werden können. Sie werden alle Potenziale erkennen und ausschöpfen.

ZIELSETZUNG:

Neben dem persönlichen Kunden-/Gastkontakt stellt der Telefon-Verkauf das wichtigste und auch kostengünstigste Instrument des professionellen Marketings dar.

Die Teilnehmer werden mit den Methoden der Vorbereitung und Durchführung von Tele-Marketing-Aktionen vertraut gemacht, sodass sie ihr persönliches Telefon-Verkaufs-Skript erstellen können.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Planung, Vorbereitung und Durchführung von Telefonverkaufs-Aktionen
- Kundenprofil
- Bedarfsanalyse
- Zielgruppenorientierte Produkt- oder Service-Präsentation
- Gezielte Akquisition und Besuchsvorbereitung per Telefon
- Telefonisches F'up auf Angebote und Mailings
- Erstellung eines Telefon-Skripts
- Allgemeine Telefonregeln, Formulierungen
- Fragetechniken
- Vorbereitung auf und Behandlung von Einwänden / Reklamationen

METHODIK:

Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Rollenspiele mit Video – Selbstkontrolle, Modellfilm.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



KUNDENORIENTIERTES VERKAUFEN TCC TOTAL CUSTOMER CARE - „7K'S“ – TARGET SALES®

IHR NUTZEN:

Der Vorteil für Kunden und der Wert des Kunden für das Unternehmen sind entscheidend für Erfolg und Fortschritt. Die Bedeutung von „Kundenvorteil, Kundenwert, Unternehmensvorteil, Customer Value“ werden mit Leben erfüllt und bietet die Basis unseres Verkaufsansatzes.

Sie werden Sicherheit in der Gestaltung des Kundengesprächs erhalten.

Kundenanalyse, Entscheidungskriterien, die Fähigkeit, körpersprachliche und rhetorische Signale besser zu erkennen, lassen Sie das Verkaufsgespräch zielorientiert steuern.

ZIELSETZUNG:

Kundenzufriedenheit als Steuerungsgröße. Es werden Wege aufgezeigt, das Verkaufsgespräch systematisch vorzubereiten und durchzuführen. Ihr persönliches Interesse am Kunden und Ihre Flexibilität auf seine Bedürfnisse einzugehen, wird eine angenehme Atmosphäre für das professionelle Verkaufsgespräch schaffen. Der ganzheitliche „Total Customer Care“-Ansatz wird langfristigen Verkaufserfolg generieren.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Was ist Verkauf? Was bedeutet Kundenzufriedenheit?
- Customer Value
- Die speziellen Bedürfnisse der verschiedenen Kunden-Segmente
- Stellenwert von Sach- und Beziehungsebene; körpersprachliche Signale, Fragetechnik
- Voraussetzungen für ein Verkaufsgespräch
- Die „7 K's“
- Kontakt – Vorbereitung
- Kontakt – Herstellung
- Kunden – Bedarfsanalyse, Kundenanalyse
- Kunden – Nutzen – Präsentation
- Kauf – Einwände, Entscheidungskriterien
- Kauf – Abschluss
- Kunden – Bindung (-Programme), Überprüfung der Kundenzufriedenheit

METHODIK:

Trainer-Input, Verhandlungs- und Argumentationstraining mit Übungen aus Praxisfällen, Gruppenarbeiten, Video-Selbstkontrolle mit konstruktiver Rückmeldung, Modellfilm.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



„7 M's“-TARGET MARKETING® GRUNDLAGEN DES DIENSTLEISTUNGS-MARKETINGS

IHR NUTZEN:

Sie erhalten in diesem Workshop einerseits das Bewusstsein des sich laufend verändernden Marktes, die Standortbedeutung, immer neuer Mitbewerber, und verändertes Kundenverhalten vermittelt, und andererseits die Möglichkeit, den gemeinsam erarbeiteten Marketingplan als Grundlage für die persönliche Praxis zu verwenden.

ZIELSETZUNG:

Das Seminar ist sowohl für Führungskräfte, die sich einen generellen Überblick verschaffen möchten, als auch für Mitarbeiter, die maßgeblich in die Marketingplanung und strategische Entscheidungen eingebunden oder verantwortlich sind, zusammengestellt worden.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- **Marketing in turbulenten Zeiten**
Volkswirtschaftliche und betriebswirtschaftliche Entwicklungen
- **Marktforschung** – ihre Besonderheiten, Aufgaben und Methoden
der Informationsgewinnung im Dienstleistungsbereich
- **Marktsegmentierung**
- **Marktanalyse**
- **Marketing-Ziele und –Strategien**
- **Marketingpolitik:**
 - Leistungsprogramm
 - Kommunikationspolitik
 - Kontrahierungspolitik
 - Distributionspolitik
- **Marketing – Plan**

METHODEN:

Präsentationen, Impulsreferate, Einzel- und Gruppenarbeiten

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



STRATEGISCHES VERKAUFEN AN KEY-ACCOUNTS ERFOLGREICHES KUNDENBEZIEHUNGSMANAGEMENT

IHR NUTZEN:

Verkaufsführungskräfte und Vertriebsmitarbeiter lernen das notwendige Know-how, um langfristige Partnerschaften mit Key-Accounts auf- und auszubauen. Sie analysieren die bestehenden Geschäftsbeziehungen und schöpfen durch Entwicklungspläne Kundenpotenziale optimal aus.

ZIELSETZUNG:

Wie werden griffige Verkaufsmanagementkonzepte in Einklang mit der Gesamtstrategie gebracht? Mit Hilfe strategischer Analysetools und praxiserprobter Methodik zur Kundenentwicklung werden Sie zukünftig gezielt bestehende Geschäftskontakte pflegen und neue Key-Accounts gewinnen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Ziele des Key- Account-Managements
- Anforderungen an den KAM
- Vorteile des Beziehungsmanagements

- Bewertung und Analyse der Schlüsselkunden
 - Das Kundenportfolio erstellen
 - Key-Account Analyse
 - SWOT Analyse
 - Die Rolle des Kaufbeeinflussers & Kaufentscheiders
 - Den Verhaltens- und Verhandlungsstil des Kunden erkennen
 - Verkaufsstrategie und Beziehungsmanagement entwickeln

- Aktivitätenplanung und Zielsetzung
 - Struktur eines KAM-Plans
 - Zielvorgaben bezüglich Ergebnis, Marktanteil, Kundenzufriedenheit
 - Strategische Entscheidungen über Qualitäts-, Kommunikations-, Preis- und Vermarktungspolitik

METHODIK:

Präsentationen, Diskussionen, praxisorientierte Übungen, Einzel- und Gruppenarbeiten

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



VERKAUFSPRÄSENTATION UND VERHANDELN MIT GRUPPEN SICHER PRÄSENTIEREN UND VERHANDELN

IHR NUTZEN:

Sie gewinnen Sicherheit vom Start weg alle Partner (Kunden) in Ihre Präsentation mit einzubeziehen. Die professionelle, zielgruppenrelevante (Power-Point)-Präsentation ist die Grundlage, das Eingehen auf die Gruppe und Steuern des Verhandlungsprozesses sind die Erfolgsfaktoren.

ZIELSETZUNG:

Für die „kleine“ Präsentation am Konferenztisch bietet dieses Seminar drei Schwerpunkte:

- Den eigenen Kommunikationsstil und den der Kunden (Gruppe) zu identifizieren und durch persönliches Eingehen darauf, das Gesprächsklima zu entspannen.
- Die Verkaufs-Präsentation auf die Bedürfnisse der Kunden und deren Erfolgsfaktoren abzustimmen, und
- Verhandlungsoptionen in eine „Win-Win“-Situation zu verwandeln.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Der erste Eindruck: was löst ihn aus und wie können Sie ihn beeinflussen?
- Erkennen der verschiedenen Persönlichkeits- und Kommunikationsstile
- Zielgruppenrelevante Verkaufspräsentation
- Chancen und Risiken einer Multimedia-Präsentation
- Körpersprachliche Signale der Teilnehmer während der Präsentation erkennen und nutzen
- Dialogorientierte Gesprächsführung als Alternativen zum Feilschen um Positionen
- Die Interessen aller Beteiligten miteinbeziehen
- Entwicklung von Optionen und zielbewusst Ergebnisse ansteuern

METHODIK:

Trainer-Input, Präsentationen, Diskussionen, praxisorientierte Übungen, Video-Training, Modellfilm.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



ERFOLGREICH AUF MESSEN KONZEPTION – ORGANISATION – PRÄSENTATION „IT’S SHOWBIZZ“

„Verkaufen ist die Pflicht des Marketing, die Messe ist die Kür.“

IHR NUTZEN:

Nach diesem Workshop werden Sie in der Lage sein, Ihren Messeauftritt hervorragend zu konzipieren, zu planen, zu organisieren, sodass Ihr Unternehmen nicht nur professionell während der Messe präsentiert wird, sondern auch optimale Verkaufserfolge erzielt.

ZIELSETZUNG:

„Messe ist die höchstmögliche Konzentration von Angebot und Nachfrage – auf engstem Raum – in kürzester Zeit“ .
Karl-Ferdinand von der Heyde

Die Teilnehmer werden erkennen, welche „Kleinigkeiten“ für den Erfolg oder Misserfolg einer Messebeteiligung ausschlaggebend sind.

Die Entscheidung über die Teilnahme an einer Messe bis zur Organisation und Durchführung kann so auf Grund von praxisnahen Beispielen und Checklisten kompetent getroffen werden.

Es werden die Grundlagen zum Training und zur Führung des eigenen Standpersonals vermittelt.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Messearten und Messeformen – Die Messe als Marketing-Instrument
- Vorbereitung und Planung einer Messebeteiligung
- Werbung vor und während der Messe
- Begleitende Pressearbeit
- Der Messestand & die Standkoordination
- Training der Mitarbeiter
 - Die Ziele kennen
 - Die Besucher kennen
 - Die eigene Rolle kennen
- Messe-Erfolgskontrolle & Follow-up's

METHODIK:

Trainer-Input, Präsentationen, Lehrfilm, Vortrag, Diskussionen, Gruppenarbeiten

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



COMBI

INFORMATION

Wir informieren uns vor Beginn der Zusammenarbeit so genau als möglich über die Situation des jeweiligen Unternehmens und seiner Mitbewerber.

Diese Informationen werden dann direkt in Consulting-, Training- und Coaching-Massnahmen umgesetzt und vermittelt.

INDIVIDUELLE TERMINOLOGIE

Wir erstellen Unterlagen, die der Terminologie und der CI des Unternehmens entsprechen. So wird in den Workshops den speziellen Anforderungen und Gegebenheiten des Unternehmens entsprochen.

INTENSIVE VORGESPRÄCHE

Um dies umzusetzen, und die verschiedenen COMBI® - Bausteine effizient und effektiv für das Unternehmen zusammenstellen zu können, ist ein intensives Briefing bzw. Vorgespräch erforderlich.

ERFOLGSKONTROLLE

Nach jeder COMBI – Phase besprechen wir mit den Teilnehmern und Auftraggebern, wie die vermittelten Kenntnisse in der Praxis umgesetzt werden, und wie wir sie dabei unterstützen können, um den Erfolg sicherzustellen.



COMBI

(forts.)

COMBI 1 BETRIEBSANALYSE

Diese Bestandsaufnahme des IST-Zustandes kann umfassend für das gesamte Unternehmen und seine Betriebsabläufe erfolgen, aber auch nur für einzelne Abteilungen oder Bereiche erstellt werden.

Daraus können Aktionspläne für innerbetriebliche, organisatorische Maßnahmen als auch strategische Planungen zur betriebswirtschaftlichen Zukunftssicherung erarbeitet werden.

COMBI 2 TEAMBUILDING

Durch eine Reihe von Aktivitäten im Workshop erfahren die Teilnehmer, wie sie persönlich durch effektive Kommunikation, Aufbauen von Vertrauen und Einhalten von Vereinbarungen zum Erfolg des Teams beitragen. Sie werden ihre jetzige Situation analysieren, Alternativen diskutieren und Aktionspläne zur Besprechung mit ihren Vorgesetzten erstellen.

COMBI 3 RUND UM DAS TELEFON

Die Teilnehmer werden mit den Grundregeln des Verhaltens am Telefon und von Kommunikation im allgemeinen vertraut gemacht.

COMBI 4 VERKAUF I

Grundlagen des Verkaufs für Innendienst-, Support-, und Junior-Verkaufsmitarbeiter; Gesprächs-Aufbau und -Psychologie.

COMBI 5 COACHING

Individuelles Coaching aller oder einzelner Mitarbeiter im normalen Tagesgeschehen; Hilfestellung im telefonischen Kundengespräch, z.B. Auftrags- oder Bestellannahme, Terminvereinbarung, Telemarketing und auch Begleitung bei persönlichen Verkaufsbesuchen.

COMBI 6 VERKAUF II

Aufbautraining Verkaufsrhetorik, Kundensegmente, Behandlung von Kundeneinwänden, konsequente Preisverhandlungen, Follow-up-Gespräche



VERKAUFS-COACHING INDIVIDUELL ODER IN MINI-GRUPPEN

IHR NUTZEN:

Ihre Gespräche im persönlichen Kundenkontakt, im Unternehmen, auf der Messe, oder am Telefon werden aufgrund ganz gezielter Beobachtungen analysiert, und Sie haben die Möglichkeit, Ihre persönlichen Erkenntnisse bereits im nächsten Kontakt umzusetzen.
Dies bedeutet für Sie optimale, individuelle Förderung und Erhöhung Ihres Erfolgspotenzials.

ZIELSETZUNG:

Durch die individuelle Förderung einzelner Potenziale wird sichergestellt, dass die Erreichung der Zielvereinbarungen des Teams, der Abteilung, des Unternehmens gewährleistet ist.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Individuelles Coaching von kleinen Gruppen oder einzelner Mitarbeiter im normalen Tagesgeschehen.

Je nach Zielsetzung werden die Mitarbeiter bei ihrer Tätigkeit begleitet.

Das kann sein....

- das richtige Verhalten bei eingehenden Telefongesprächen
- das selbst initiierte Telefongespräch
- Verkauf oder Terminvereinbarung
- das erste persönliche Kundengespräch – die Bedarfsanalyse,
- das Verkaufsgespräch oder
- die Präsentation – vor einer Gruppe oder auf der Messe.

Das kann sein...

- der Aufbau eines Verkaufsbüros
- die Organisation und Durchführung von Messen oder Promotions.

Eine Kombination aus einem themenbezogenen Training als Vorbereitung und anschließendem Coaching gewährleisten bei geringem Zeitaufwand bestmögliche Ergebnisse.

METHODIK:

Einzel- und kleine Gruppen-Betreuung, Selbstkontrolle, Telefon- oder Videoaufzeichnung

TEILNEHMER: INDIVIDUELL ODER IN KLEINEN GRUPPEN

DAUER: NACH VEREINBARUNG



TELE-COACHING INDIVIDUELL ODER IN MINI-GRUPPEN

IHR NUTZEN:

Individuelles Coaching von kleinen Gruppen oder einzelner Mitarbeiter im normalen Tagesgeschehen. Die Teilnehmer erkennen Möglichkeiten, ihrer Leistung zu steigern und können neue Erkenntnisse sofort im nächsten Gespräch umsetzen.

ZIELSETZUNG:

Je nach Zielsetzung werden die Mitarbeiter bei ihrer Tätigkeit begleitet. Dies kann das selbst initiierte Telefongespräch ebenso wie das richtige Verhalten bei eingehenden Telefongesprächen betreffen.

Eine Kombination aus einem themenbezogenen Training als Vorbereitung und anschließendes Coaching gewährleisten bei geringem Zeitaufwand bestmöglichen Erfolg und effiziente Ergebnisse.

THEMENSCHWERPUNKTE:

in-bound

- Verkauforientierte Bestellungen- /Buchungsannahme
- Kundenspezifische Beratung
- Reklamationsbehandlung

out-bound

- Durchführung von Telefonverkaufs-Aktionen
- Erstellung von Kundenprofilen
- Neukundengewinnung
- Marktforschung / Bedarfsanalyse
- Zielgruppenorientierte Produkt-Präsentation
- Gezielte Akquisition per Telefon
- Telefonisches F'up auf Angebote und Mailings

METHODIK:

Einzel- und kleine Gruppen-Betreuung, Selbstkontrolle, Telefonaufzeichnung

TEILNEHMER: INDIVIDUELL

DAUER: NACH VEREINBARUNG



SERVICE-COACHING IM RESTAURANT INDIVIDUELL ODER IN MINI-GRUPPEN

NUTZEN:

Individuelles Coaching von kleinen Gruppen oder einzelner Mitarbeiter im normalen Tagesgeschehen direkt im Restaurant /Bar.

ZIELSETZUNG:

Aufbauend auf einem ½-tägigen Seminar werden die Teilnehmer in ihrer gewohnten Umgebung in Rollenspielen und dann direkt mit dem Gast die neuen Erkenntnisse umsetzen. Sie werden besseren Service bieten und Spaß am zusätzlichen Verkauf haben.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Kennen des Angebotes
- Bedeutung von Service
- Von der Begrüßung bis zur Verabschiedung
- Eingehen auf unterschiedliche Gästeformen
- Erkennen der Bedürfnisse und Erwartungen
- Anbieten, Empfehlen und Beraten, Möglichkeiten des Zusatzverkaufs erkennen
- Professionelle Kommunikation mit dem Gast im Restaurant
- Bildhafte Formulierungen
- Positive / negative Aussagen
- Gesprächsstrategie bei Reklamationen

METHODIK:

Einzel- und kleine Gruppen-Betreuung, Selbstkontrolle, Videoaufzeichnung im Restaurant

TEILNEHMER: INDIVIDUELL. IN KLEINEN GRUPPEN

DAUER: NACH VEREINBARUNG



SEMINAR-THEMEN

KOMMUNIKATION & SERVICE

KOMMUNIKATION & SERVICEMANAGEMENT

Der Kunde – das unbekannte Wesen
Das 1x1 von Persönlichkeitsprofil & Verhaltensstil

KOMMUNIKATION & KOOPERATION

Teambuilding – ICH – DU – WIR

KOMMUNIKATION & PERSÖNLICHKEITSPROFILE

Der erste Eindruck - und dann...

QUALITÄTS- UND SERVICEMANAGEMENT

Hardware und Software im Hotel & der Tourismusregion

SERVICEMANAGEMENT AM TELEFON

Für den Kunden sind SIE das Unternehmen

BESCHWERDEMANAGEMENT – REKLAMATION ALS CHANCE

Wer hört schon gerne Beschwerden? – Wir!

PRÄSENTORIK – PRÄSENTATIONEN DIE BEGEISTERN

mit klassischen und modernen Medien professionell planen,
gestalten und durchführen

MODERATION – ENTSCHEIDUNGSPROZESSE MIT DEM TEAM GESTALTEN

Projektgruppen, Meetings und Workshops zielorientiert leiten

DIE SCHREIBWERKSTATT – KUNDENORIENTIERTE, MODERNE KORRESPONDENZ

Die E-Mail - Der Brief
Anfragenbeantwortung – Angebotsgestaltung
Kundenmailing – Newsletter – Pressemitteilung



KOMMUNIKATION & SERVICEMANAGEMENT DER KUNDE - DAS UNBEKANNTE WESEN DAS 1x1 VON PERSÖNLICHKEITSPROFIL & VERHALTENSSTIL

IHR NUTZEN:

Durch die Einbeziehung und Besprechung von persönlich erlebten Ereignissen aus der Teilnehmer-Gruppe analysieren Sie Ihre Serviceleistung und erhalten Anregungen, die positiven Aspekte zu verstärken. Die als negativ empfundenen Situationen dienen als Chance zur Verbesserung und Weiterentwicklung der eigenen Persönlichkeit.

ZIELSETZUNG:

„Für den Kunden sind Sie das Unternehmen“ –

Jeder Mitarbeiter eines Unternehmens wird daher als der Service -"Geber" betrachtet. Die Teilnehmer werden mit unterschiedlichen Möglichkeiten, diese Beziehung für den Kunden und sich selbst positiv zu beeinflussen, vertraut gemacht.

Die Teilnehmer werden erkennen, dass der wesentliche Teil ihrer Arbeit die Kundenbeziehung ist und keineswegs nur eine Erweiterung ihres Aufgabenfelds. Sie werden verstehen, dass nur der Service vom Kunden als „gut“ empfunden wird, der seine Erwartungen nicht nur erfüllt sondern übertrifft.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Was ist "Service"? Was bedeutet es für das Unternehmen?
- Die persönliche Einstellung, wie wecke ich Sympathie?
- Das 1x1 von Persönlichkeitsprofilen
- Erkennen der Verhaltensstile des Kunden, deren Bedürfnisse und Erwartungen
- Fragetechniken und aktives Zuhören
- Formulierungen – positive und negative Aussagen
- Unterschiede in der Gesprächsführung
- Was kann ich (für mich, den Kollegen, den Kunden) tun?
- Verbale und non-verbale Kommunikation

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input, Diskussionen und Erlebnisberichte, Rollenspiele mit Video-Selbstkontrolle
Übungen anhand der Praxisfälle, Einzel- und Gruppenarbeiten.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



KOMMUNIKATION - KOOPERATION - TEAMBUILDUNG ICH - DU - WIR

Wenn Mitarbeiter gefragt werden, was sie als das größte "Problem" innerhalb ihres Unternehmens betrachten, antworten die meisten "Kommunikation" und "Zusammenarbeit als Team".

IHR NUTZEN:

Die Erfahrungen aus dem Workshop können Sie sofort in die Praxis transferieren, sodass eine Verbesserung der Kommunikation und Kooperation innerhalb und zwischen den Abteilungen erreicht wird.

ZIELSETZUNG:

Dieser Workshop bricht mit der Art der traditionellen Kommunikations-Seminare. Von Beginn an merken die Teilnehmer in einer Folge von Aktivitäten, dass, um wirklich erfolgreich zu sein, man gegenseitiges Vertrauen aufbauen muss.

Des Weiteren werden solche Aspekte wie persönliche Enttäuschung und Frustration ins Spiel gebracht, um aufzuzeigen, wie dies die Kooperation innerhalb eines Teams negativ beeinflusst, und welche Methodik es gibt, solch destruktives Verhalten zu vermeiden.

THEMENSCHWERPUNKTE:

Die Teilnehmer werden

- ihre jetzige Situation analysieren,
- Alternativen diskutieren,
- Aktionspläne zur Besprechung mit ihren Mitarbeitern oder Vorgesetzten erstellen und die Einführung in ihrer Abteilung durch effektives Coaching ihrer Mitarbeiter erarbeiten.

Grundlagen der Kommunikation, aktives Zuhören und positive Ausdrucksweise sowie Problem- und Konfliktgespräche werden ebenso erarbeitet und trainiert.

METHODIK:

Interaktions-Spiele, Diskussionen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Überprüfung der eigenen sowie der Kommunikativität der Kollegen.

TEILNEHMER : 12

DAUER : 1 TAG



KOMMUNIKATION & PERSÖNLICHKEITSPROFILE DER ERSTE EINDRUCK – UND DANN...

IHR NUTZEN:

Sie erarbeiten das Zugehen auf den Gesprächspartner / Gast, und werden durch das Erkennen der verschiedenen Persönlichkeiten und der körpersprachlichen Signale Ihre generelle Wahrnehmungsfähigkeit verbessern.

„Das Gespräch“ wird in verschiedenen Rollenspielen geübt und erhöht die eigene Sicherheit und Flexibilität.

ZIELSETZUNG:

Warum ist Persönlichkeit so wichtig? Wer bin ich - wer ist der Andere?

Wie reagiere ich auf meinen Gesprächspartner?

Wie setze ich meine Erkenntnisse um – was muss ich ändern?

Die Teilnehmer sollen erkennen, welche Wege und Ideen sie bei der Herstellung von Beziehungen unterstützen können, welche Sprache die Gesprächspartner sprechen und in ihrer eigenen Ausdrucksweise darauf einzugehen lernen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Grundlagen der Kommunikation
- Wie wirken Sie auf Ihr Gegenüber
- Körpersprache - erkennen und verstehen
- Verbale Kommunikation – was versteht der Andere?
- Erkennen des eigenen Profils
- Erkennen der Verhaltensstile der Gesprächspartner / Kunden
- Kommunikation zwischen unterschiedlichen Persönlichkeiten positiv beeinflussen

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input, Gruppenarbeiten, Einzelarbeiten.

Die Videoaufzeichnungen werden in der Gruppe besprochen und konstruktive Kritik und positive Bestärkung geübt.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 TAG



QUALITÄTS-UND SERVICEMANAGEMENT HARDWARE UND SOFTWARE IM HOTEL & DER TOURISMUSREGION

NUTZEN:

Die Teilnehmer erkennen die Bedeutung von Qualität im Tourismus und von Gästezufriedenheit. Anhand von Urlaubsabläufen werden Sie Möglichkeiten zur Qualitätssteigerung erkennen. Sie werden Beschwerden als Chance wahrnehmen.

ZIELSETZUNG:

Neben Instrumenten zur Messung von Gästezufriedenheit werden Wege zur Qualitätssteigerung aufgezeigt – bevor der Gast kommt – wenn der Gast da ist und - wenn der Gast abgereist ist.

Produktqualität ist WAS man bekommt, Servicequalität ist WIE man es bekommt!

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Grundbedürfnisse des Gastes
- Was ist Qualität? – Hardware & Software
- Tipps zur gastorientierten Kommunikation
- Grundlagen umwerfender Servicequalität
- Wie entsteht Gästezufriedenheit?
- Wo kann Gästeunzufriedenheit entstehen?
- Wie gehe ich mit Beschwerden um?
- Wie halte ich Kontakt zu Gast?

METHODIK:

Impulsreferate, Trainer –Input, Gruppen und Einzelarbeiten, Rollenspiele

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 TAG



SERVICEMANAGEMENT AM TELEFON FÜR DEN KUNDEN SIND **SIE** DAS UNTERNEHMEN

IHR NUTZEN:

Aufbauend auf bereits vorhandene Erfahrungen am Telefon werden Sie die Vorteile gleichzeitig für sich, das Unternehmen und die Kunden erkennen, die durch die richtige Einstellung dem Gedanken „Service“ gegenüber, entstehen.

Sie werden die „Angst“ vor Reklamationen verlieren und persönliche Wege erarbeiten, eine positive Lösung sowohl für den Kunden als auch für das Unternehmen zu finden, und gleichzeitig Reklamationen als „Chance“ zur Kundenbindung erkennen und nutzen zu lernen.

ZIELSETZUNG:

Die Teilnehmer werden mit effektiven Methodik eines korrekten Gesprächsverlaufs am Telefon vertraut gemacht, sodass der Gesprächspartner das Gefühl kompetenter Betreuung vermittelt bekommt.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Bedeutung von Service am Telefon
- Allgemeine Telefonregeln
- Fragetechniken
- Formulierungen
 - Positive / negative Aussagen
- Gesprächsarten
 - Unterschiede in der Gesprächsführung
 - Zeitfaktor
- Anrufer - Profile
 - Erkennen der Bedürfnisse und Erwartungen
 - Schwierige Gesprächspartner
- Schwierige Situationen und Stress erkennen und richtig reagieren
- Behandlung von Einwänden
- Gesprächsstrategie bei Reklamationen

METHODIK:

Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Diskussionen, Rollenspiele mit Video-Selbstkontrolle, konstruktive Kritik.

TEILNEHMER : 12

DAUER : 1 TAG



BESCHWERDEMANAGEMENT WER HÖRT SCHON GERNE BESCHWERDEN? – WIR!

IHR NUTZEN:

Beschwerden - Ihre Chance Kunden langfristig zufrieden zu stellen und Neukunden zu gewinnen. Aufgrund der Kenntnis des Beschwerdemanagement-Prozesses, von der Stimulierung bis hin zum Controlling, kann durch zielorientiertes Management ein erheblicher Wettbewerbsvorteil geschaffen werden.

ZIELSETZUNG:

Konflikte und Beschwerden können durch zeitgerechte Behandlung und Einbeziehung der Beteiligten zur Lösungsfindung so erfolgreich behandelt werden, dass dadurch Zufriedenheit und wiederkehrende Kunden entstehen. Unterschiedliche Meinungen, Einstellungen, Verhaltensweisen, Interessen sind immer vorhanden und nur natürlich, wenn Menschen zusammentreffen.

Die Teilnehmer werden verstehen, dass sie durch Erkennen der verschiedenen Persönlichkeiten und deren Verhalten in Stress-Situationen, zukünftig besser in herausfordernden Gesprächen zu zufriedenstellenden Lösungen kommen.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Erwartungshaltung der Kunden - Qualität & Service
- Ursachen und Entstehung von Beschwerden
- Verhaltensstile
- Körpersprache – Verstehen von Signalen
- Persönliche Einstellung zu Konflikten
- Systematik der Beschwerde-Behandlung
- Umgang mit Emotionen und Einwänden
- „Win-Win“ – Situation erarbeiten
- Beschwerdestimulation, Gegensatz zu Beschwerde-Vermeidung?
- Innerbetriebliche Kommunikation & Beschwerdemanagement-Prozess

METHODIK:

Präsentationen, Trainer-Input, Selbsteinschätzung, Einzel- und Gruppenarbeiten, Diskussionen, Rollenspiele mit Video-Selbstkontrolle, konstruktive Kritik.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



PRÄSENTORIK - PRÄSENTATIONEN DIE BEGEISTERN MIT KLASSISCHEN UND MODERNEN MEDIEN PROFESSIONELL PLANEN, GESTALTEN UND DURCHFÜHREN

IHR NUTZEN:

Durch die Optimierung Ihrer Vorbereitung und das Üben in der Gruppe werden Ihre Präsentationen sofort in der Praxis ein höheres Maß an Anerkennung bringen. Sie erlernen einen der größten Stressfaktoren, den "Auftritt" vor einer Gruppe von Menschen, zu kontrollieren.

ZIELSETZUNG:

Mit einer perfekten Präsentation kann eine Entscheidung positiv beeinflusst werden.

Sie erfahren hier, wie man einer Gruppe ein Thema am Wirkungsvollsten nahe bringt, indem man genau plant, sinngerecht ausarbeitet und überzeugend präsentiert.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Festlegung des Präsentationsziels
- Aufbau einer Präsentation
- Der effektive Einsatz von audiovisuellen Hilfsmitteln und Geräten / PC
- Vor- und Nachteile der verschiedenen Präsentationstechniken
- Das Eingehen und Steuern einer Gruppe
- Rhetorische, dialektische und körpersprachliche Hinweise
- Mentale Vorbereitung
- Choreographie einer PC-Präsentation

Die Teilnehmer erarbeiten verschiedene Präsentationen anhand von vorgegebenen und freigestellten Themen und führen diese während des Seminars durch.

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Gruppenarbeiten, Einzelarbeiten. Die Videoaufzeichnungen werden in der Gruppe besprochen und konstruktive Kritik und positive Bestärkung geübt.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



MODERATION PROJEKTGRUPPEN, MEETINGS UND WORKSHOPS ZIELORIENTIERT LEITEN

IHR NUTZEN:

Sie lernen die wesentlichen Aspekte kennen, die eine erfolgreiche und ergebnisorientierte Moderation von Teams und Gruppen in ihrer Aufgabenstellung begleiten.

ZIELSETZUNG:

Die komplexe Aufgabenstellung des Moderators einer Projektgruppe, eines Teams, oder bei der Leitung eines Workshops wird anhand von konkreten Fallbeispielen bewusst werden. Der zentrale Aspekt einer Moderation ist die kompetente Begleitung bei der Entscheidungsfindung und Umsetzung von Prozessen zur Erreichung der vereinbarten Ziele. Hierbei ist ein unparteiischer Blickwinkel und Standpunkt des Moderators bei Fragen der Zusammenarbeit und Konflikten ausschlaggebend für den Erfolg der Moderation.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Vorbereiten, durchführen und follow-up einer Moderation
- Persönliche, methodische und organisatorische Vorbereitung
- Klären der Zielsetzung und Aufgabenstellung
- Struktur, Ablauf und Prozesssteuerung einer Moderation
- Entwicklung einer strategischen Ausrichtung
- Lösungsfindung im Team
- Umgang mit Konfliktsituationen
- Coaching von Team - Mitgliedern
- Ergebniskontrolle – Ziel erreicht ?
- Follow-up nach der Moderation

METHODIK:

Präsentationen, Impulsreferate, Einzel- und Gruppenarbeiten, Fallbeispiele, Erfahrungsaustausch, Rollenspiele mit konstruktiver Rückmeldung.

TEILNEHMER: 12

DAUER: 1 ½ TAGE



DIE SCHREIBWERKSTATT - KUNDENORIENTIERTE, MODERNE KORRESPONDENZ

DIE E-MAIL - DER BRIEF ANFRAGENBEANTWORTUNG - ANGEBOTSGESTALTUNG PRESSEMITTEILUNG - KUNDENMAILING - NEWSLETTER

IHR NUTZEN:

Sie erhalten das praktische Werkzeug, um Ihre eigenen Texte / Briefe und E-Mails kundenorientiert zu verfassen. Mitgebrachte Beispiele werden analysiert und neue Briefe / Angebote professionell erstellt. Verkaufen und Kundenbindung per Mailing und Newsletter. Sie wissen nach dem Workshop, warum Ihre Briefe und E-Mails gelesen werden, was Ihre Kunden interessiert, und warum sie antworten bzw. positiv reagieren.

ZIELSETZUNG:

Die Teilnehmer werden erkennen, welche Bausteine in einem Angebot /Text vorhanden sein müssen, und worauf es ankommt, damit Kunden/Gäste sich für ihr Angebot entscheiden. Wie eine Datenbank sinnvoll angelegt und verwaltet wird, und wie man Pressemitteilungen verfasst.

THEMENSCHWERPUNKTE:

- Konzeption eines Schreibens
 - Was erwartet der Kunde / Gast von unserem Angebot?
 - Welche Fakten werden benötigt? - Welche Motive bewegen den Kunden / Gast?
 - Welche Vorteile hat der Kunde /Gast?
 - Was sind die häufigsten Einwände und Fragen?
 - Was ist der nächste Schritt?
- Formulieren des Schreibens
- Tipps für den Briefstil, die Briefform, die E-mail-Form
- Erstellen von variablen Textbausteinen
- Erstellen und Verwalten einer Kunden-Datenbank für Briefe und e-mails

METHODIK:

Präsentationen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Verfassen von Briefen, E-mails und Pressemitteilungen

TEILNEHMER: 12

DAUER: 2 TAGE



TARGET MYSTERY CHECK –

LEISTUNGSSPEKTRUM FÜR HOTELS UND TOURISMUSVERBÄNDE
AUF EINEN BLICK

Target Concept ist eines der Unternehmen, das von der Wirtschaftskammer Österreich und der IHA Deutschland für die Durchführung von Mystery Checks akkreditiert ist.

TARGET MYSTERY CHECK CLASSIC

als Grundlage zur Erreichung der Hotel-Klassifizierung mit Zusatz
„S“ – SUPERIOR

TARGET MYSTERY CHECK EXCLUSIVE

mit ausführlichem Bericht und zusätzlichen Empfehlungen auf Veränderungspotenzial innerhalb der Servicequalität – Organisation – Hardware – Atmosphäre je Abteilung

TARGET MYSTERY CALLS

die Mitarbeiter im Bereich Reservierung, Empfang und Bankett erhalten sofortiges
feed-back, das sie in der Praxis umsetzen können.

TARGET MYSTERY CHECK PRINT

von der Anfrage bis zur Buchung und dem follow-up; ob die E-mail, der Brief, die Broschüre.....

TARGET MYSTERY CHECK SERVICE QUALITY

mit anschließendem Mitarbeiter-Workshop zur Steigerung der Motivation, Professionalität und Service Qualität

TARGET CUSTOMER SATISFACTION SURVEY

Messen der Gästezufriedenheit
von der Datenerhebung bis zur Auswertung. Empfehlungen für Veränderungen

TARGET EMPLOYEE SATISFACTION SURVEY

Messen der Mitarbeiterzufriedenheit
von der Datenerhebung bis zur Auswertung. Empfehlungen für Veränderungen



TARGET MYSTERY CHECK & SATISFACTION SURVEY

IHR NUTZEN

- Professionelle, unabhängige Darstellung der Produkt- und Servicequalität in allen Stufen des Dienstleistungsbereiches und aller Abteilungen
- Dokumentation als Basis für die Erlangung der Klassifizierung durch die WKO oder DEHOGA
- Übersicht der spezifischen Stärken und Potenziale sowohl nach Abteilungen als auch der unterschiedlichen Bereiche (Mitarbeiter, Präsentation, Erscheinungsbild, Ausstattung ...) gegliedert nach Servicequalität, Produktqualität, Organisation und Atmosphäre
- Hinweise für gezielte Maßnahmen in den Bereichen, die hohes Potenzial bei der Erhöhung der Gästezufriedenheit haben
- Übersicht über den Einsatz budgetärer Mittel hauptsächlich in den Bereichen, die aus Sicht des Gastes potenzielle Unzufriedenheit und Reklamationsgründe hervorrufen
- Hinweise zur Prozessoptimierung innerhalb und zwischen den Abteilungen
- Identifikation der auf konkrete Erfordernisse abgestimmte Schulungen der Mitarbeiter
- Sicherstellung der Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen durch kontinuierliche Begleitung und Unterstützung der Teamleiter und Mitarbeiter
- Erhöhte Loyalität der Gäste zum Hotel und dadurch wiederkehrende Besuche und Weiterempfehlung an Andere
- Steigerung des Umsatzes, zusätzlich durch konkrete Vorschläge für Potenzial im Verkauf
- Reduzierung von Budget und Zeitaufwand z.B. durch zufriedener Gäste – keine/wenig Reklamationen, weniger Werbeaufwand
- Senkung der Personalkosten durch Verringerung der Fluktuation zufriedene Mitarbeiter – Identifikation mit dem Unternehmen – Erhöhung der Leistung
- Vergleich des eigenen Hotels mit den Mitbewerbern der jeweiligen Sterne-Kategorie (Benchmarking)



TARGET MYSTERY CHECK & SATISFACTION SURVEY

DEFINITION & ZIELSETZUNG:

Target Mystery Check & Satisfaction Survey

- ist die Grundlage zur Erreichung einer „S“-Hotelklassifizierung
- dient der Überprüfung der Qualitäts-Standards
Servicequalität – Produktqualität – Organisation – Atmosphäre
- analysiert die Stärken und stellt die Möglichkeiten für Verbesserungen der Service- und Produktqualität je Abteilung und nach Bereichen dar
- verdeutlicht die Kompetenz der Mitarbeiter und möglichen Trainingsbedarf
- zeigt weitere, zusätzliche Potenziale und Möglichkeiten im Verkauf und Marketing auf
- vergleicht das eigene Unternehmen mit den Mitbewerbern
- ist die Grundlage bzw. integrierte Komponente eines ganzheitlichen Qualitätsmanagement-Systems



TARGET MYSTERY CHECK & SATISFACTION SURVEY

AUSWAHL MÖGLICHER ABLÄUFE UND METHODEN:

- Definition des gewünschten Ziels mit dem Hotel bzw. Tourismusorganisation
- Ausarbeitung und Festlegung der Qualitätsstandards –
wahlweise WKO Standard & Target Classic oder / & Target Exklusiv, oder ganz individuell
Zusammenstellung des unternehmensspezifischen Fragebogens
- Genehmigung der Entwürfe durch Geschäftsleitung
- Durchführung eines Vorab-Checks (Web-Seite, e-mail, Printmedien)
- Besuch der ausgewählten Abteilungen oder des gesamten Betriebs
- Erstellung des Berichts, ggf. Fotoprotokoll
- Vergleich mit den besten Mitbewerbern ► Benchmarking
- Präsentation des Berichts oder Übersendung mit kurzen Kommentaren an den Hotelier, und
bei einem Mystery Check für die WKO-Hotelklassifizierung an den jeweiligen Fachverband
- Festlegung der Prioritäten für Verbesserungs-Aktivitäten
- Workshop zur Aktionsplanung mit Teamleitern und Führungskräften
- Unterstützung bei der Umsetzung der Prozesse
- Individuelles Coaching oder in kleinen Teams, spezifische Schulungen
- Durchführung von Mitarbeiter- und /oder Gästebefragungen
- Einführung eines Service-Qualitäts-Managements
- Follow-up und Wiederholung des Besuchs zur Feststellung der
erreichten Verbesserungen (KVP = kontinuierlicher Verbesserungsprozess)



DTV- KLASSIFIZIERUNG

SIE HABEN DIE WAHL... ..
UNSER ANGEBOT AUF EINEN BLICK

ORGANISATION UND DURCHFÜHRUNG VON INFORMATIONSVERANSTALTUNGEN ZUR DTV-KLASSIFIZIERUNG, DESSEN BEDEUTUNG INNERHALB DES TOURISMUSMARKETINGS UND DER QUALITÄTSSTEIGERUNG.

DURCHFÜHRUNG DER DTV- KLASSIFIZIERUNG VON FERIENHÄUSERN /-WOHNUNGEN UND PRIVATZIMMERN

WIE GEHEN WIR VOR?

WENN SIE EINE INFORMATIONSVERANSTALTUNG PLANEN...

Mögliche Themen:

- ▶ Information über regionale touristische Initiativen
- ▶ Vorstellen einer Zertifizierung
- ▶ Vorteile der Qualitätssicherung und Marketingmöglichkeiten
- ▶ Erläuterung der DTV- Kriterien
- ▶ Darstellung der Vorgangsweise bei der Klassifizierung
- ▶ Vorstellen eines möglichen Weiterbildungs- /Beratungs-Angebotes

WER SOLL PRÜFEN?

- ▶ Eine Prüfungskommission bestehend aus einem Team: einem/r Mitarbeiter/in Ihrer Tourismusorganisation zusammen mit einem/r Target Concept DTV- zertifiziertem/r Prüfer/in.
- ▶ Übernahme der Klassifizierung nur durch Target Concept DTV- zertifiziertem/r Prüfer/in.



WIE IST DER ABLAUF DER KLASSIFIZIERUNG?

VORAB:

- ▶ Information und Beratung der Vermieter (siehe oben)
- ▶ Der Vermieter erhält vor der Durchführung der Klassifizierung vor Ort die Vereinbarung zwischen Tourismusorganisation & Vermieter und zur Vorbereitung auf die Klassifizierung den DTV - Fragebogen mit den Mindestkriterien

VORORT:

- ▶ Vergleich des DTV – Fragebogens mit den örtlichen Gegebenheiten zusammen mit dem Vermieter
- ▶ Erstellung einer Fotodokumentation
- ▶ Klärung eventueller Fragen

DANACH:

- ▶ Übermittlung der Unterlagen an den Auftraggeber
- ▶ Weiter Unterstützung nach Absprache

IM ÜBERBLICK

UNSERE LEISTUNG:

- ▶ Versand der Vereinbarung und der Kriterien im Vorfeld der Klassifizierung
- ▶ die Vorbereitung auf die Klassifizierung (inkl. Homepagecheck)
- ▶ die Überprüfung vor Ort inkl. der An und Abfahrt
- ▶ Klärung eventueller Fragen vor Ort
- ▶ falls gewünscht – erste Hinweise auf Verbesserungspotential
- ▶ Übermittlung der Auswertung des Fragenkatalogs an den Auftraggeber zusammen mit
- ▶ einer Bilddokumentation

OPTIONAL

- ▶ Eingabe des Klassifizierungsbogens in das Kundencenter und die Übermittlung des Ergebnisses an die Vermieter
- ▶ Erstellung der Urkunde an den Auftraggeber
- ▶ Erstellung einer Stärken – Schwächen Analyse
- ▶ Erstellung von Vorschlägen zur Potentialentwicklung



SERVICE-ANGEBOT SEMINARE

Der Erfolg eines Seminars wird neben der Qualität des Referenten und des Seminarinhalts, dem Engagement der Teilnehmer/Innen durch die Organisation und Vorbereitung vor dem Seminar, den optimalen Bedingungen während des Seminars und individuelle Betreuung nach dem Seminar, gewährleistet.

ORGANISATION UND VORBEREITUNG VOR DEM SEMINAR

Neben intensiver telefonischer Beratung zur Auswahl des Seminars und den inhaltlichen Schwerpunkten bieten wir zu einzelnen Seminaren Checklisten an. Dies dient einerseits dazu, dass die Teilnehmer/Innen sicher sein können, das richtige Seminar gewählt zu haben, und andererseits dem Referenten, eine möglichst homogene Gruppe zusammen zu stellen, um einen bestmöglichen Lernerfolg zu erzielen.

Einige Seminare stellen schon im Vorfeld Anforderungen an die Teilnehmer/Innen bzw. deren Umfeld. Dies wird jedoch rechtzeitig mitgeteilt, sodass eine optimale Vorbereitung stattfinden kann.

SEMINAR-UNTERLAGEN:

Die Teilnehmer/Innen erhalten ausführliche Dokumentationen und Arbeitsunterlagen

INDIVIDUELLE BETREUUNG NACH DEM SEMINAR

- Die Teilnehmer/Innen erhalten ein Zertifikat nach Abschluss des Seminars.
- Einschlägiger Literaturhinweis zu verschiedenen Themen sind selbstverständlich.
- Falls Videoaufzeichnungen gemacht wurden, können diese den jeweiligen Teilnehmer/Innen zur Verbesserung der eigenen Leistung zur Verfügung gestellt werden.
- Wenn von den Teilnehmer/Innen gewünscht, kann ein Trainingsleitfaden individuell erstellt werden.
- Falls vom Arbeitgeber gewünscht, erhält dieser Checklisten zur Überprüfung des Wissenstransfers in die Praxis zusammen mit einer Empfehlung für Karriere-Fördermaßnahmen für den/die Teilnehmer/In.
- Auf Wunsch kann ein individuelles Coaching-Programm ausgearbeitet und on-the-Job Training durchgeführt werden.



SEMINAR - ANMELDUNG ÜBER UNSERE WEBSEITE ODER
PER E-MAIL INFO@TARGET-CONCEPT.COM

AN:

TARGET CONCEPT®

Büro Deutschland

Grieser str. 20
83346 Bergen
Deutschland

Tel. +49 (0)8662 13997 10

Fax: +49 (0) 8662 13997 08

Mobil +49 (0) 170 537 9695

Büro Österreich

Quellenstr. 199
1100 Wien
Österreich

Tel: +43 (0) 1 6410606

Mobil +43 (0) 664 5434344

ABSENDER:

FIRMA

STRASSE

PLZ / ORT

TEL. / FAX

**HIERMIT MELDE(N) ICH / WIR ZU FOLGENDEM SEMINAR
VERBINDLICH AN:**

SEMINAR – BEZEICHNUNG:

SEMINAR – TERMIN / ORT:

TEILNEHMER – NAME / VORNAME:

POSITION:

DATUM: _____ UNTERSCHRIFT: _____

HOTELRESERVIERUNG

JA

NEIN

ANREISE _____

ABREISE _____

ES GELTEN DIE SERVICE-
ANGEBOTE SOWIE DIE
TEILNAHME- UND
GESCHÄFTSBEDINGUNGEN
DER TARGET CONCEPT GMBH



TEILNAHME- UND GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

ANMELDUNG UND TEILNAHME

Mit der Anmeldung erkennen Sie diese Teilnahmebedingungen an. Vollständig ausgefüllte Anmeldungen werden grundsätzlich in der Reihenfolge ihres Eingangs bei Target Concept GmbH berücksichtigt. Wir behalten uns jedoch vor, bei Überbuchung oder aus organisatorischen Gründen Anmeldungen nicht zu berücksichtigen. Mit der Anmeldung verpflichten Sie sich, an der Veranstaltung voll teilzunehmen.

ZAHLUNGS- BEDINGUNGEN HOTELRECHNUNG

Ca. drei Wochen vor Veranstaltungsbeginn erhalten Sie zusammen mit der Teilnahmebestätigung auch die Rechnung. Diese ist sofort zur Zahlung fällig. Die Hotelrechnung zahlen Sie vor der Abreise direkt im Hotel. Ein Vertragsverhältnis über die Hotelleistungen kommt ausschließlich zwischen Teilnehmer/Innen und Hotel zustande.

RÜCKTRITT

Bis 15 Werktage vor Beginn der Veranstaltung, maßgeblich ist der Eingang bei der Target Concept GmbH, können Sie schriftlich ohne Angaben von Gründen von dem Vertrag zurücktreten. Bereits gezahlte Veranstaltungsbeiträge werden in diesem Fall erstattet.

Bei späterem Rücktritt, Nichterscheinen oder nur teilweiser Teilnahme berechnen wir den vollen Veranstaltungsbeitrag, wenn nicht ein Ersatzteilnehmer gestellt wird.

Ein Wechsel des Referenten, Verschiebungen im Ablaufplan, örtliche oder zeitliche Verlegung der Veranstaltung berechtigt Sie weder zum Rücktritt vom Vertrag noch zur Minderung des Veranstaltungsbeitrags. Müssen wir Veranstaltungen absagen, erstatten wir bereits bezahlte Beiträge. Weitergehende Ansprüche können wir nicht anerkennen.

COPYRIGHT

Die Teilnehmerunterlagen sind nur zum persönlichen Gebrauch der Teilnehmer/In bestimmt. Alle Rechte, auch die der Übersetzung, des Nachdrucks und der Vervielfältigung der Unterlagen oder von Teilen daraus, behalten wir uns vor.

Kein Teil der Unterlagen darf ohne schriftliche Genehmigung in irgendeiner Form, auch nicht zum Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert, insbesondere unter Verwendung elektronischer Systeme, verarbeitet, vervielfältigt, verbreitet oder zu internen oder öffentlichen Wiedergaben benutzt werden.

DATENSCHUTZ

Ihre persönlichen Daten werden ausschließlich für Target Concept GmbH - interne Zwecke gespeichert und sind nicht zur Übermittlung an Dritte bestimmt. Mit Ihrer Anmeldung erklären Sie dazu Ihr ausdrückliches Einverständnis.

HAFTUNG

Jede/r Teilnehmer/In übernimmt für sein/ihr Tun und Lassen während der Veranstaltung und in den Tagungsstätten selbst die Verantwortung.

NEBENABREDEN GERICHTSSTAND

Nebenabreden bedürfen zu ihrer Wirksamkeit der Schriftform. Alleiniger Gerichtsstand für alle Ansprüche aus diesen Teilnahmebedingungen ist München.



EINIGE UNSERER SEMINAR-KUNDEN...

WIRTSCHAFT

Ancotel GmbH, Frankfurt
 Apple Computer GmbH, München
 BASF, Ludwigshafen
 Berliner Wasserbetriebe, Berlin
 Bonduelle Deutschland GmbH, Homburg
 Cloplay, Mason Ohio/USA
 Confero Consulting, Düsseldorf
 Deutsche Telekom AG
 Dr. Becher GmbH, Seelze
 Finotech Verbundstoffe GmbH, Aschersleben
 Gasteig Kongresszentrum, München
 IHK, Passau
 Hewlett Packard, Stuttgart /Wien/Zürich
 Hobart GmbH, Offenbach
 König Brauerei, Duisburg
 Krah & Grote, Hofolding
 Löblein Unternehmensgruppe, Bamberg
 Marchon Eyeware, München
 NCR Corporation, Deutschland
 NIKE International / Deutschland, Mörfelden
 Scheid Lebensmittelhersteller, Überherrn
 Sonoton Int., München
 ThyssenKrupp AG, Düsseldorf
 UTA Telekom AG, Wien
 Villeroy & Boch AG, Mettlach
 Warburg Dillon Read, Zürich
 Zambelli GmbH, Freyung

MANAGEMENTWEITERBILDUNG

International School of Management, Dortmund
 Salzburger Tourismusakademie, Schloß Kleßheim
 Fachhochschule für Tourismus, Görlitz
 HDV Hoteldirektorenvereinigung e.V.

MEDIEN/MARKTFORSCHUNG

SAT.1 Fernsehen, Mainz
 imagin Unternehmensberatung, Eppstein
 Magazin Gesundheit, Wien

HOSPITALITY

Accor Hotels Deutschland GmbH, München
 Amber Hotels, Hilden
 Blueband Hotels, Berlin
 Choice Hotels Europe, Troisdorf /München
 Dorint Hotels, Köln
 Forum Hotels, Berlin & Hannover
 Holiday Inn Deutschland & Osteuropa, Wiesbaden
 Holiday Inn Worldwide, Brüssel
 Holiday Inn Österreich, Salzburg
 Hollywood Media Hotel, Berlin
 Ibis Hotels, Dresden
 Inter-Continental Hotels Deutschland, Frankfurt
 Juwel Hotels, München
 Land-Vital-Hotels, Passau
 Lindner Hotels, Düsseldorf
 Maritim Hotels, Bad Salzuflen
 Millennium Hotels Deutschland, Stuttgart
 Queens Gruppe Deutschland, Hannover
 Ramada & Renaissance Hotels, Frankfurt
 Romantik Hotel Altes Gymnasium, Husum
 Sheraton Hotels, Frankfurt/Main
 Sorat Hotels, Berlin
 Stuttgart International, Stuttgart
 Team Hotels, Mönchengladbach
 Travel Charme Hotels GmbH, Berlin
 Westin Hotel Bellevue, Dresden

TOURISMUS

Alpine Gastgeber.e.V., München, Innsbruck
 Berlin Tourismus Marketing, Berlin
 DSFT Deutsches Seminar für Tourismus, Berlin
 HSMA – Hospitality Sales & Marketing Association
 Kongress Service GmbH, Bamberg
 Marketing Tourismus Synergie, Wien/Zell am See
 Ministerium für Wirtschaft und Mittelstand NRW
 NaturThermeTemplin GmbH, Templin
 Mpumalanga Tourism Ministry, Süd Afrika
 TVO, Tourismus Verband Ostbayern, Passau



ERFAHREN. ENGAGIERT. EFFEKTIV.

Target Concept®
Consulting ▶ Training ▶ Coaching

WWW.TARGET-CONCEPT.COM

Target Concept Hospitality

WWW.TARGET-CONCEPT-HOSPITALITY.COM

Target Concept Woman

WWW.TARGET-CONCEPT-WOMAN.COM

Target Mystery Check

WWW.TARGET.MYSTERY-GUESTING.NET

Target Selection

WWW.TARGET-SELECTION.AT

Yes kids can

WWW.YESKIDSCAN.INFO

TARGET CONCEPT GMBH

Büro Deutschland

Grieserstrasse 20
83346 Bergen
Deutschland

Tel. +49 (0)8662 13997 10
Fax: +49 (0) 8662 13997 08
Mobil +49 (0) 170 537 9695

Büro Österreich

Quellenstrasse 199
1100 Wien
Österreich

Tel: +43 (0) 1 6410606
Mobil +43 (0) 664 5434344

<p>TARGET CONCEPT®</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ CONSULTING ▶ TRAINING ▶ COACHING 	<p>TARGET CONCEPT HOSPITALITY</p> <ul style="list-style-type: none"> AKKREDITIERUNG WKO, DEHOGA, DTV ▶ MYSTERY-GUESTING ▶ KLASSIFIZIERUNG
<p>TARGET CONCEPT WOMAN</p> <p>EARLY BIRD SEMINAR EVENING BRAIN TRAINING COACHING & NETWORKING</p>	<p>TARGET SELECTION® EXECUTIVE SEARCH</p> <p>TARGET BUSINESS.ETIKETTE STILVOLL- SOUVERAN ERFOLGREICH</p> <p>YES KIDS CAN</p>

TARGET CONCEPT GMBH
CONSULTING ▶ TRAINING ▶ COACHING
- Business Partner Wilson Learning Europa -

E-MAIL:
info@target-concept.com



Zertifizierte Prüfer

DTV



WKO

