



TrainerGeheimnisse Erfüllen Sie Ihren Seminarauftrag lieber NICHT! Michael Smetana

Wie kommt es denn zu einem Seminarauftrag? Wir haben mehr oder weniger lange akquiriert und sprechen nun mit dem Auftraggeber über das Ziel des Seminars. 95% aller Seminaraufträge lauten entweder: „Unsere Mitarbeiter machen etwas nicht, was sie aber machen sollen“ (z.B.: mehr Umsatz, bessere Zusammenarbeit, höhere Produktivität, ...) oder „Unsere Mitarbeiter machen etwas, das sie aber nicht machen sollen“ (z.B.: „zu viele Konflikte, mangelnde Information, zu viele Fehler, ...).

Das Problem daran ist, dass der Auftraggeber ja nur seine persönliche Sicht auf die aktuelle Situation kennt. Zugegeben: Diese Sicht ist für Sie als TrainerIn wichtig, weil sie ja Folgeaufträge haben wollen. Aber: Muss diese Sicht immer vollständig sein?

Ich lade Sie mal zu einem kleinen Experiment dazu ein: Wenn ich Sie persönlich jetzt fragen würde, was Sie tun könnten, um sich Ihre Lebenssituation zu verbessern, wüssten Sie sicher eine Antwort darauf oder? Jetzt frage ich aber nicht Sie, sondern Ihre PartnerIn. Wie sicher sind Sie, dass ich die gleiche Antwort bekommen würde? Und jetzt frage ich nicht mal Ihre Partnerin, sondern ich frage Ihre Mutter. Bekomme ich dann auch die gleiche Antwort, wie von Ihnen? Und nun meine Frage: Wer kennt Sie besser: Ihre Mutter oder Ihr Chef?

Daher meine Frage: Wie viel Kontakt haben Sie denn vor Ihrem Seminar zu Ihren zukünftigen Teilnehmenden? Haben diese wirklich keine Ahnung vom aktuellen Bedarf oder ist es nicht vielleicht sogar so, dass die noch viel besser wüssten, was in ihrem Umfeld verbessert gehört, als Ihr Auftraggeber? Wäre deren Meinung und Einstellungen nicht eine wertvolle Ressource für den geplanten Veränderungsprozess?

TrainerInnen, die sich auf die Erfüllung des Seminarauftrags konzentrieren, bieten ihren Teilnehmenden, perfekte Methoden um passende Kunden zu finden, tolle Anleitungen für Kundengespräche, ausgefeilte Konfliktlösungstechniken oder Tipps, wie man Zeitfresser am besten findet und unschädlich macht. Solche Seminare können auch tatsächlich die eine oder andere Verbesserung bringen. Viel verändern wird sich dadurch aber wohl nicht, weil dabei meist ein ganz wesentlicher Punkt vergessen wird.

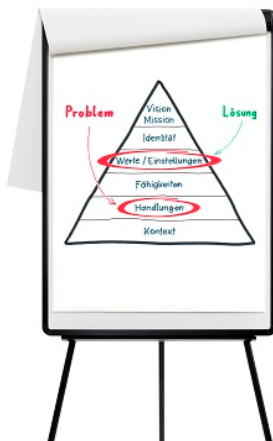
Und damit sind wir bei der dritten, wesentlichen Zutat für Ihre Kernbotschaft angelangt:

3. Interessieren Sie sich rechtzeitig vor dem Seminar schon intensiv für Ihre Teilnehmenden:

Die Mitarbeiter eines Unternehmens sind meist hochkompetent, haben schon viel ausprobiert und jede Menge Erfahrung in ihrem Arbeitsbereich. Sie haben - gemeinsam mit Kollegen oder ihrer Führungskraft - bereits jede Menge Probleme gefunden und gute Lösungen dafür erarbeitet. Sie wissen z.B. bereits, wie man Kunden findet und wie man Kundengespräche führt.

Natürlich kann man auch daran noch das eine oder andere optimieren. Die Frage, die in diesem Zusammenhang aber viel spannender ist, lautet: „Warum schafft dieses Team die weitere Optimierung nicht von selbst? **Wo liegt das größte Hindernis?** Was hindert sie daran, von selbst zu erkennen, wie man Kunden noch besser findet oder bearbeitet?

Von den neurologischen Ebenen wissen wir, dass die Lösung eines Problems immer 1-2 Ebenen über dem Problem liegt und dort aber ganz einfach ist.



**Probleme kann man niemals mit derselben Denkweise lösen, durch die sie entstanden sind.
Albert Einstein**

In 95% aller Seminaraufträge braucht es also eigentlich zusätzliche Fähigkeiten oder eine Veränderung von Einstellungen oder Glaubenssätzen. Dann löst sich das beauftragte Problem Großteils von selbst - und eine Menge anderer Probleme auch gleich mit.

Und genau das ist das heutige Trainer Geheimnis: Statt Ihr Konzept aufgrund des Seminarauftrags zu erstellen, suchen Sie lieber Kontakt zu den Teilnehmenden und arbeiten heraus, wo für sie das größte Hindernis für die eigene Weiterentwicklung ist.

Ich habe dafür einen praktischen Fragebogen mit 8 einfachen Fragen entwickelt, die mir jeder Teilnehmende 2 Wochen vor einem inhouse-Seminar beantwortet. So kann ich mich noch in aller Ruhe auf die Wünsche des Auftraggebers **UND** der Teilnehmenden vorbereiten und ein Seminar gestalten, das eine

garantierte Punktlandung wird. Mehr zu diesem Fragebogen finden Sie auf meiner Website www.seminardesigner.at > Blog.

Mein heutiger Tipp: Nehmen Sie doch Ihren Seminarauftrag nur als Vorwand, um in Wirklichkeit am Hindernis zu arbeiten. Tun Sie das ruhig am Beispiel Ihres Seminarauftrags. Sie werden dann nicht nur - ganz nebenbei - Ihren Seminarauftrag erfüllen, sondern Ihren Teilnehmenden auch Hilfe zur Selbsthilfe geben. Ihre Seminare werden zu massiven Verbesserungen gleich in mehreren Bereichen ihres Kunden bringen. Und Ihre Teilnehmenden **UND** Ihre Auftraggeber werden begeistert von Ihrer Qualität sein und Sie bald wieder buchen.

Überschreitet man als Trainer nicht seine Kompetenzen, wenn man mit dem Hindernis arbeitet? Ist es überhaupt gut, so viel vorab von den Teilnehmenden zu wissen?

Welche Fragen würden Sie noch bei der Auftragsklärung stellen?

Ihre nächsten Gelegenheiten TrainerGeheimnisse zu erleben

Sa. 29.-So. 30.11.2014

Geheimrezepte für wirksame Seminare

Ort: Wien

Weitere Informationen dazu auf:

www.seminardesigner.at

Michael Smetana, M.A.

beschäftigt sich seit über zehn Jahren intensiv mit der Gestaltung von Seminaren und der Weiterbildung von erfahrenen Trainern. Seine aus 16 didaktischen Ebenen entwickelten TrainerGeheimnisse sind in Fachkreisen anerkanntes Insider-Wissen. Er kombiniert einzelne bekannte Methoden zu besonderen Anwendungen und sorgt dafür, dass Inhalte nachhaltig im Gedächtnis verankert werden. In seinen Expertisen und Seminaren gibt er modern adaptierte Erkenntnisse weiter und verankert sie in praxisgerechten Übungen. Er selbst hat eine dreijährige Trainerausbildung durchlaufen, war anschließend drei weitere Jahre als Assistent tätig und hat mittlerweile viele Jahre Erfahrung in der Weiterbildung und Beratung von Trainern und Unternehmen gesammelt. Er beschäftigt sich dabei intensiv mit erfolgreichen didaktischen Möglichkeiten, hat viele Seminare aus nächster Nähe analysiert, Trainer beobachtet und Fachliteratur durchforstet. Aus dieser intensiven Auseinandersetzung sind seine TrainerGeheimnisse entstanden. Sie bilden die Basis seiner entwickelten Methodik zur Seminargestaltung und finden auch Eingang in die digitale Welt. www.trainergeheimnisse.com