

Fünf Zielfragen an den Auftraggeber

In diesem Artikel lesen Sie über fünf Fragen, die Trainer beim Erstgespräch mit dem Auftraggeber in Ruhe besprechen sollten, um den Seminarerfolg zu erhöhen.



Gastautor

Michael Smetana

ist seit 16 Jahren auf raffinierte Tipps und Tools für verblüffend wirksame Trainings spezialisiert. Von seinen didaktischen Coachings profitieren Einsteiger wie erfahrene Top-Trainer. trainergeheimnisse.com

IHR AUFTRAGGEBER NIMMT sich wenig Zeit für die Auftragsklärung? Manchmal weiß er selbst nicht genau, was im Seminar passieren soll? Trotzdem erwartet er aber, dass Sie auch etwas bewegen? Dann ist es unsere Aufgabe als Trainer, so schnell wie möglich alle wichtigen Informationen zu bekommen. Dazu stellen wir ihm einfach diese fünf Zielfragen und bekommen sofort alle inhaltlichen Infos für unsere Punktlandung. Unser Auftraggeber wird es uns danken.

Veränderung? Die erste Frage stellen Sie bestimmt auch schon jetzt. Sie lautet: »Was soll bei meinen Teilnehmern nach dem Seminar anders sein, als vorher?«

Warum? Diese Frage führt uns zum größeren Ziel hinter dem Seminarziel. Bestellt unser Auftraggeber z.B. ein Konflikt-Training, so macht es einen großen Unterschied, ob das Unternehmen dieses Training braucht, weil die organisatorischen Abläufe nicht gut genug aufeinander abgestimmt sind, das Unternehmen vor Kurzem fusioniert hat und nun 2 Kulturen aufeinanderprallen, die Produkte mangelhaft sind und zu Schuldzuweisungen zwischen den Mitarbeitern führen oder die verantwortliche Führungskraft Führungsschwächen aufweist. In jedem Fall müssten wir ein völlig anders konzipiertes Konflikt-Training abliefern. Im letzten Fall handelt es sich sogar um einen »vergifteten Auftrag«. Dieses Problem können wir mit einem Training der Mitarbeiter gar nicht lösen.

Hindernis? Das ist die wichtigste der 5 Zielfragen. Sie lautet: »Was hindert meine Teilnehmer

daran, das Problem alleine – ohne Training – zu lösen?« Wir gehen davon aus, dass unsere Teilnehmer intelligent und kompetent sind. Sie haben in ihrem Leben schon viele Probleme ohne fremde Hilfe gelöst. Warum brauchen Sie zu diesem Thema plötzlich ein Seminar? Achtung! Es scheitert so gut wie nie am fehlenden Know-how. Das wäre im Internet, in einschlägiger Fachliteratur oder im Umfeld der Teilnehmer bereits vorhanden. An der Zeit scheitert es auch nicht, denn für jeden von uns hat der Tag 24 Stunden. Und wir füllen diese mit jenen Tätigkeiten, die uns wichtig sind. Wenn dann für irgendetwas keine Zeit mehr bleibt heißt das nichts anderes als: Es war uns nicht wichtig. Zeitprobleme sind also Prioritäts-Probleme. Damit können wir arbeiten. Die Antwort auf diese Frage bringt uns den eigentlichen – meist unausgesprochenen – Seminarauftrag. Wenn wir es schaffen, dieses Hindernis auch nur etwas zu entschärfen, entsteht in unseren Seminaren ein Nutzen, der unseren Teilnehmern bei vielen anderen Themen hilft.

Nutznießler? »Wer hätte von der Veränderung den größten Nutzen?« Achtung! Den ERSTEN Nutzen hat immer der Teilnehmer. Aber wer hätte denn den GRÖSSTEN Nutzen? Bei dieser Frage erkennt unser Auftraggeber entweder, dass er selbst den größten Nutzen von unserem Seminar hat und ist motiviert, uns dabei zu helfen oder er nennt uns jene Person im Unternehmen, die dazu bereit wäre.

Welchen? Das ist die »Karotte«, mit der wir den größten Nutznießer dazu motivieren können, uns zu helfen.

So einfach diese fünf Fragen im ersten Moment klingen, sie haben es in sich. Manchmal hat unser Auftraggeber auf eine dieser Fragen gar keine Antwort parat. Er erkennt aber schnell, wie wichtig die Antwort darauf wäre. Dann haben wir bereits beim Erstgespräch gepunktet, weil unser Auftraggeber bereits davon einen konkreten Nutzen hat.

Info

- Was soll bei den Teilnehmern nach dem Seminar anders sein?
- Warum?
- Was hindert meine Teilnehmer daran, das Problem alleine zu lösen?
- Wer hätte von der Veränderung den größten Nutzen?
- Welchen?