

VWASPOT-LIGHT

■ "Ehrgeizige" VWA(ler)

Ehrgeiz – das Schmiermittel des Erfolgs?

Ohne Ehrgeiz, ohne den mitunter sturen Willen zur Machbarkeit, wären Erfindungen und Entwicklungen ausgeblieben, hätten berufliche Karrieren nie stattgefunden!

Auch in unseren Studierenden steckt der Ehrgeiz, der Wille und die Motivation, an Zielen zu arbeiten, die sie nach oben und nach vorne bringen.

Folgender 10-Punkte-Plan soll Ihnen helfen, das Beste aus Ihrem Ehrgeiz zu machen.

ICH WILL:

- Ziele setzen
- Zwischenziele identifizieren
- Selbstmotivation
- Belohnung und Selbstbelohnung
- Ehrgeizfreie Zonen
- Maßlosigkeit meiden
- Teams bilden
- Umwege einplanen
- Rückschläge meistern
- Sinn finden

Machen Sie mit bei unserem Test "Wie ehrgeizig sind Sie?" unter: www.vwa-ostbayern.de

Ohne Kommunikation erfolgreich?

Wie Worte die Motivation steigern und kooperativ fördern

Ohne Kommunikation läuft im Unternehmen gar nichts, aber: Qualität ist gefragt! Ob im Vertrieb oder in der Mitarbeiterführung, überall stehen Informationen und harte Fakten im Vordergrund. Wer denkt da schon daran, dass es Worte sein könnten, die über Erfolge oder Misserfolge entscheiden?

Landauf, landab hören wir Äußerungen wie „Nein, da müssen Sie sich an die Kollegen wenden.“ „Das macht normal der Kollege, aber der ist jetzt leider nicht da.“ „Das wird schwierig.“ „Das klappt heute nicht mehr.“ Zählen Sie einmal die „Neins“, die Sie im Laufe eines Tages zu hören bekommen, oder die Sie selbst äußern.

Kundenorientiert aufzutreten ist für viele im Vertrieb oder Kundenservice tätige Mitarbeiter eine Selbstverständlichkeit. Doch was heißt das? Den Kunden mit Namen ansprechen, ihn nach seinen Wünschen fragen, ihn ausreden lassen – damit ist es nicht getan.

Blickpunkt Mitarbeiterführung: Dinge werden als verbindlich hingestellt, wenn es heißt „Das können wir so nicht machen“ „Das kann ich Ihnen gleich sagen, dass das nichts wird“ oder gar „Das ist Quatsch.“



Weiterlesen auf Seite 4 >>

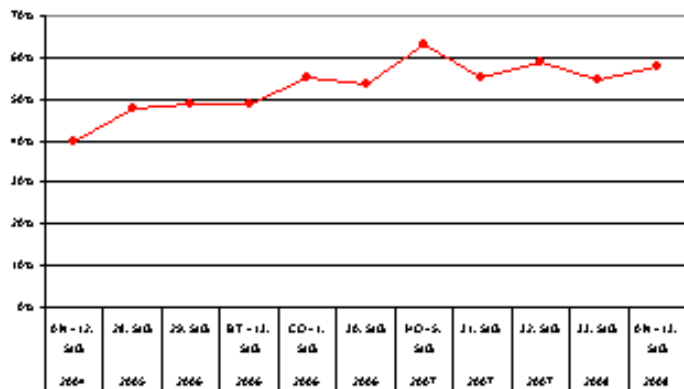
Das Jahrhundert der Frauen!

Fortsetzung von Seite 1 >>

Während im 1. Studiengang an der Zweigakademie Bayreuth der VWA Nürnberg im Jahre 1957 nur eine einzige Frau ihr Diplom erhielt – im 1. Studiengang an der Zweigakademie Bamberg (1954) war noch keine Frau unter den Absolventen – steigt seitdem die Zahl der Damen, die erfolgreich den sechsemestrigen Studiengang beenden, kontinuierlich an. Im Jahr 2005 erreichten sie 50%, der "break even" war im Jahr 2006; seitdem lässt sich die Vorherrschafft der Frauen nicht mehr aufhalten. Die Diplomfeier in Ansbach im Februar 2008 war die 10. Feier in Folge, an der die VWA Nürnberg mehr Damen als Herren ihre Urkunden für das Betriebswirt-Diplom überreichen konnte.



Hier dürfte sich bestätigen, was Trendforscher schon seit längerem prognostizieren: Das 21. Jahrhundert wird das Jahrhundert der Frauen – jedenfalls in der VWA Nürnberg.



Entwicklung des Frauenanteil

Jetzt bleibt noch die Männerdomäne des Informatik-Betriebswirt (VWA) – nur noch eine Frage der Zeit?

>> Mehr Info unter: www.vwa-nuernberg.de

■ KONTAKT

Verwaltungs- und
Wirtschafts-Akademien
in Bayern:

Hauptakademie Augsburg
Telefon +49 821 15 94 11
Telefax +49 821 15 50 14
mail@vwa-schwaben.com
www.vwa-schwaben.com

Hauptakademie München
Telefon +49 89 54 82 21 0
Telefax +49 89 54 82 21 99
info@vwa-muenchen.de
www.vwa-muenchen.de

Hauptakademie Nürnberg
Telefon +49 911 234 95 97
Telefax +49 911 234 93 88
info@vwa-nuernberg.de
www.vwa-nuernberg.de

Hauptakademie Regensburg
Telefon +49 941 52 17 0
Telefax +49 941 56 57 09
info@vwa-ostbayern.de
www.vwa-ostbayern.de

Hauptakademie Würzburg
Telefon +49 931 88 29 63
Telefax +49 931 87 08 85
betriebswirt@vwa-wuerzburg.de
www.vwa-wuerzburg.de

■ IMPRESSUM

Herausgeber:
Bayr. Verwaltungs- und
Wirtschafts-Akademien

Redaktion:
Maria Siegel, Josef Vogl

Layout:
Schleich-Werbung.de

Ohne Kommunikation erfolgreich?

Frau Dr. Lioba Faust/ Fortsetzung von Seite 3 >>

Wir alle sind sensibel dafür, ob wir positiv angesprochen werden oder negativ.

Wie viel anders ist die Wirkung, wenn Sie Ihre Perspektive deutlich machen, z.B. „Ich bin mir nicht sicher, ob das der richtige Weg ist“ „Vielleicht sollten wir uns damit noch etwas genauer auseinandersetzen.“ Jeder Mitarbeiter wird auf diese Weise ein Projekt mit mehr Motivation angehen.

Bringen Sie Ihrem Kunden oder Mitarbeiter bewusst Wertschätzung entgegen. Wie erreichen Sie das? Berücksichtigen Sie seine Sichtweise und unterstützen Sie dies verbal. Schon kleine Veränderungen in der Formulierung können Wunder wirken.

Positive Formulierungen sind so etwas wie verbale Bonbons, die Respekt und Verständnis vermitteln.

Den Kunden können solche „Service-Sätze“ motivieren, besänftigen, anregen, in der Entscheidungsfindung unterstützen, zum Handeln bewegen oder einfach Ihren Vorschlägen gegenüber positiv stimmen, z.B.:

„Gut, dass Sie das erwähnen.“

„Sie haben vollkommen recht, wenn Sie sich noch einmal erkundigen.“

Auch ein Lob ist nicht etwa Nebensache, sondern stärkt die Kooperativität – wenn es ernst gemeint ist.

„Schön, dass Sie sich dafür interessieren.“

„Danke, dass Sie noch gewartet haben. Das hilft uns sehr.“

Um Informationen transparenter zu machen und auf Akzeptanz zu stoßen, leiten Sie diese entsprechend ein:

„Sie werden sicher wissen wollen, wie ...“

„Damit wir uns ein genaues Bild machen können, ist es wichtig...“

„Vielleicht interessiert es Sie zu erfahren, ...“

Nicht in jeder Phase eines Gespräches hat dies seine Berechtigung. Entscheidend ist es, wenn der Kunde noch in der Informationsphase ist und emotional angeregt werden soll, etwa, um sein Interesse zu steigern. Dem Mitarbeiter zeigt es Ihre Wertschätzung seines persönlichen Einsatzes.

Für manche mag es ungewohnt sein, sich so zu äußern. Es geht nicht darum, plötzlich verschnörkelt daherzureden oder Gespräche aufzublähen. Bereiten Sie Service-Sätze deshalb für sich schriftlich vor und passen Sie sie Ihrem Sprachgebrauch an. Zunehmend werden Sie Routine darin gewinnen, sich im Gespräch dieser Sätze zu bedienen.

Die Vorteile für das Unternehmen liegen in der besseren Verständigung. Sie kann Besprechungen verkürzen, sorgt für mehr Teamgeist und eine höhere Kundenzufriedenheit.

Positives Sprechen fördert die Kooperation und erleichtert dem Kunden die Bauchentscheidung. Und es wird ihn immer darin bestätigen, auch die richtige, weil vernünftige Entscheidung getroffen zu haben.

Studieren und Verdienen...

Fortsetzung von Seite 1 >>

Das Ausbildungsmodell ist ein Studiengang mit einer echten Doppelqualifikation und führt in Kooperation mit der IHK zu einem Kaufmännischen Abschluss (Büro- oder Industriekaufmann) und zum „Betriebswirt (VWA)“.

Die Weiterbildungsstudiengänge wie der Informatik-Betriebswirt, IT-Engineer, Management-Betriebswirt – Unternehmensführung, Marketingbetriebswirt und Projektbetriebswirt, der/die Controller/in und Marketing- und Vertriebsmanager/in, können in weniger als sechs Semester mit dem Abschluss VWA absolviert werden.

Die einzelnen Weiterbildungsangebote können in München, Nürnberg oder Regensburg belegt werden.