

# Praxistraining: Souverän Workshops mit Kunden leiten



## Thema des Trainings

Ihr Unternehmen hat den Zuschlag für ein (IT-)Projekt erhalten. Nun heißt es, in Workshops mit ihrem Kunden den Change zu erarbeiten und voranzutreiben.

Präzise Planung, klare Gestaltung und sichere Moderation der Workshops erzeugen Vertrauen beim Kunden. Dadurch führen Sie leichter, müssen weniger „kämpfen“ und sind schneller am Ziel. So minimieren Sie Aufwand.

## Trainingsinhalt (Auszug)

### 1. Kunden richtig verstehen

Erwartungshaltung (Phase 0) verstehen und begrenzen, um spätere Enttäuschung/Nacharbeit zu reduzieren.  
 Verschiedene Nachfragearten bei Ungenauigkeiten.  
 Unterschiedliche Ansichten: Wieso „überhörte“ Kundenforderungen als angenommen gelten.  
 Mit funktionstypischen Vorteil-Nutzen-Argumenten auf diverse Interessen der Stakeholder eingehen.

### 2. Effiziente Moderation

Eine Agenda zum eigenen Verhandlungsvorteil erstellen.  
 Durch wirkungsvolle Fragen Insiderwissen erhalten.  
 Gesprächspartner souverän ansprechen/einbinden.  
 Notorische Ausbremsler/Abschweifer einfangen.  
 Selbstsicher Appelle aussprechen, statt Fragen zu stellen.  
 Konstruktive Methoden, auf „Killersprüche“ zu reagieren.  
 Rhetorisches Schweigen auszuhalten bringt Antworten.  
 Nachbereitung: Kunde liefert Infos nicht. Was tun?

### 3. Kundenforderungen geschickt parieren

Bei Forderungen freundlich-standhaft bleiben (Festpreis).  
 Die Selbstverständlichkeit der Kompensation nutzen.  
 Wenn eine Antwort erwartet wird, Sie aber keine haben  
 Wenn etwas (technisch) schwierig/nicht sinnvoll ist: Mit begründeter Ablehnung punkten.  
 Kunde hat Kompetenz gekauft und damit Konsequenz:  
 Wie Sie konsequent Ihr Ziel verfolgen.  
 Differenzierung: Ist es Projektumfang oder schon ein CR?

### 4. Bewältigung „einfacher“ Konflikte

Wie unangenehme Wahrheiten im Gesamtkontext positiv eingebunden werden (Termindruck).  
 Deeskalation emotionaler Angriffe. Empathie statt „Öl aufs Feuer“ gießen durch vorschnelle Versachlichung.  
 Andere Ansichten zu verstehen, heißt nicht, einverstan-

den zu sein: wie Sie die Beziehungsebene sauber halten.  
 Unterschied: Bei Fehlern Erklärungen abgeben, statt sich in Entschuldigungen zu verstricken.

### 5. Selbstvertrauen im Pitch

Der Gefahr vorbeugen, sich auf die Seite des Kunden herüberziehen zu lassen.  
 Der Weg zum „Nein“. Mentale Hindernisse entlarven.  
 Kunden zu Beteiligten machen: ihr Mitarbeit einfordern.  
 Kunde sieht Sie als Gefahr: Wie Sie sich als Bereicherung positionieren.  
 Rhetorische Mitteln, die Sie weniger angreifbar machen.

## Zielpersonen für dieses Training

Wer ergebnisorientierte Detail- oder Fachworkshops bei Kunden leitet/moderiert: Berater, Projektleiter ...

## Voraussetzungen

Beruflich: (Erste) Erfahrung mit Workshops bei Kunden.  
 Rhetorisch: keine. Persönlich: Der Wille, selbstkritisch an der eigenen Performance zu arbeiten und die Rückmeldungen der Teilnehmer und des Trainers einzubeziehen.

## Trainingsmethoden und Dramaturgie

Es werden keine Tipps von der Stange und keine „tod-sicheren goldenen Regeln“ erlernt. Anhand Ihrer konkreten Situation wird nach Verbesserungen gesucht. Diese setzen Sie dann unter Anleitung in Übungen um. Trainer-Input und Ausprobieren wechseln miteinander ab. Sie proben Ihre Sequenzen vor Publikum und Kamera, sowohl vorbereitet als auch aus dem Stegreif.

## Vorbereitung

Sie bringen Ihre typische Workshop-Eröffnung als Arbeitsgrundlage mit. Dauer der Simulation: max. 5 Min.

## Analyse und individuelle Schwerpunkte

Ein REDEWEISE-Fragebogen zur Selbst-Analyse und Beschreibung der Ziele, die im Training erreicht werden sollen, wird vorher versandt und ausgefüllt.

## Dauer und Zeitrahmen

2 Tage, 9:00 - 17:00 Uhr (19:00 Uhr mit Videoanalyse)

## Teilnehmerzahl

Maximal 8 Personen, um intensiv trainieren zu können.