



imug | customer eNews Energie

Newsletter **Juni 2019**

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 Wirksamkeit empirisch messen
Stakeholder-Perspektive liefert Mehrwert | 04 Mitarbeiterbefragungen
Regelmäßiges Feedback als Beitrag zur Mitarbeiterbindung |
| 02 Projekte zur Wirksamkeitsmessung
Kundenbeispiele aus zwei verschiedenen Branchen | 05 Agile Trainings vom imug
Input und Feedback für Ihre Kundenkommunikation |
| 03 Exkurs: imug CSR
Wesentlichkeits-Analysen | 06 Seminartipps für die 2. Jahreshälfte
Maßgeschneiderte Formate – ganz nach Ihrem Bedarf |

Vorab



Liebe Leserinnen und Leser,

wie wirksam sind eigentlich Maßnahmen, die eingeleitet wurden oder bereits länger laufen? Die guten Vorsätze vom Jahresbeginn finden sich zum Teil in Arbeitspaketen und Maßnahmen, das Jahr 2019 läuft. Aber wie wirksam sind einzelne Aktionen, langfristig gesehen? Wer kann es sich heutzutage leisten, das nicht zu wissen? In zwei Kundenbeispielen erhalten Sie Einblick, wie wir Unternehmen mit **Wirksamkeitsmessung** begleiten.

In den letzten Monaten haben sich mehr Unternehmen mit dem Anliegen **Mitarbeiterbefragung** an uns gewandt, als in den letzten zwei Jahren zusammen. Die Aufmerksamkeit für das Thema Mitarbeiter-Einbindung wächst: Immer wieder wird Fachkräftemangel prognostiziert und in der VUCA-Welt scheint nichts mehr sicher zu sein, außer der ständigen Veränderung. Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden in Unternehmen wird immer ernster genommen und als **Instrument der langfristigen Bindung** verstanden. Und aktiv genutzt – Mitarbeiterbefragungen sind nicht mehr nur ein Teil der Checkliste fürs Qualitätsmanagement, sondern liefern wertvolle Anhaltspunkte, die für die Weiterentwicklung und Ausrichtung im Unternehmen genutzt werden.

Der Blick auf Nachhaltigkeit ist das, was uns als imug Beratungsgesellschaft für sozial-ökologische Innovationen (aber auch unsere Forschungsvorhaben im imug e.V.) auszeichnet. Unser Bereich imug | csr stellt im **Exkurs** die Methodik der „**Wesentlichkeitsanalyse**“ vor. Sie liefert Unternehmen eine solide Basis für strategische Entscheidungen. Nachgefragt werden Wesentlichkeits- oder Materialitätsanalysen vor allem, wenn es um die (erstmalige) Erstellung von Nachhaltigkeitsberichten geht – das ist auch für die Energiebranche zunehmend wichtig.

Analysen liefern wertvolle Impulse, der Transfer ins Alltagsgeschäft ist dann der nächste Schritt. Auch da stehen wir Ihnen gerne zur Seite, mit der Ableitung von Linien und Konzepten, der Entwicklung von Leitbildern, der Verbesserung Ihrer Kundenkommunikation oder auch mit unseren Seminarangeboten: Ob Korrespondenz, persönlicher Kundenkontakt oder professioneller Umgang mit Beschwerden – wir trainieren was Sie brauchen, so wie sie es brauchen.

Viel Spaß beim Lesen!
Ulrike Niedergesäß

Wirksamkeit empirisch messen

Stakeholder-Perspektive liefert Mehrwert

Wie können Unternehmen und Institutionen die Wirksamkeit ihrer Leistungsangebote empirisch messen? Werden die beabsichtigten Wirkungen einzelner Maßnahmen tatsächlich realisiert und tragen diese zu einem nachhaltigen Erfolg bei? Und welche Hürden gibt es für neue, innovative Angebote? Um diese und weitere Fragen zur **Messung von Wirksamkeit** zu beantworten, führt die imug Marktforschung empirische Erhebungen durch, die den Unternehmen und Institutionen eine **objektive Bewertung** des bestehenden Leistungsportfolios ermöglichen.

Hier setzen wir, ganz unabhängig von der Branchenzugehörigkeit unserer Auftraggeber, auf einen gemeinsamen methodischen Nenner: Unternehmen und Institutionen erhalten ohne das **Feedback ihrer Stakeholder**, also der Personen, die von den Aktivitäten direkt oder indirekt betroffen sind, keine realistische Einschätzung der Wirksamkeit bestehender Maßnahmen.

Unsere Überzeugung ist: Diese **Perspektive „von außen“**, insbesondere von Kundinnen und Kunden oder ganz allgemein Verbraucherinnen und Verbraucher, muss Bestandteil jeder empirischen Wirksamkeitsmessung sein. Schließlich sind die Ziele und Strategien eines Unternehmens oder einer Institution grundsätzlich darauf ausgerichtet, die Erwartungen und Ansprüche ihrer Stakeholder zu erfüllen. Wird eine empirische Überprüfung der Wirksamkeit in den relevanten Zielgruppen jedoch ausgeblendet, erhalten Unternehmen und Institutionen kein belastbares Feedback und planen unter Umständen an ihrer Stakeholdern vorbei.

Ein solches Forschungsdesign, das die Wahrnehmungen der Stakeholder in den Mittelpunkt stellt, ist keineswegs trivial und findet in der Debatte rund um Wirksamkeits- oder Impact-Messungen zu wenig Beachtung. Sie bieten jedoch eine wichtige **Ergänzung zu klassischen Kundenbefragungen**, die sich zumeist auf den Status quo der Zufriedenheit mit bestimmten Leistungen oder Produkten beschränken und deren langfristige Wirksamkeit oftmals außen vor lässt.

„Wirksamkeitsmessung ist für Unternehmen der verschiedensten Branchen interessant. Sie gehen mit ihrer langfristigen Perspektive deutlich weiter als die klassischen Kundenzufriedenheitsbefragungen.“



Thorsten Wallbott
Berater

mail: wallbott@imug.de
fon: 0511 1219656

Projekte zur Wirksamkeitsmessung

Kundenbeispiele aus zwei verschiedenen Branchen

Wie stark ist die langfristige Wirksamkeit bestehender Maßnahmen und Leistungen eines Unternehmens oder einer Institution? Um diese Frage empirisch zu beantworten, bietet es

sich an, die Rückmeldungen unterschiedlicher Stakeholder zu nutzen. Über die Methode berichten wir im ersten Artikel dieses Newsletters.

Lesen Sie hier über zwei Forschungsprojekte, die wir durchgeführt haben:

Untersuchungssteckbrief Marktanalyse Ökostrom

Auftraggeber: Umweltbundesamt



Branche:	Energie
Aufgaben:	Evaluation des Ökostrommarktes in Deutschland mit Fokus auf der Wirkung der Stromkennzeichnung auf Verbraucherseite.
Projektziel:	Status quo des Ökostrommarktes erheben und Handlungsempfehlungen für eine bessere Vermarktung von Ökostromprodukten entwickeln.
Zeitraum:	Mai 2017 - April 2019
Methodik:	Anhand von Fokusgruppen und repräsentativen Befragungen hatten die Verbraucherinnen und Verbraucher erstmals Gelegenheit, ihre Wahrnehmung der Stromkennzeichnung mitzuteilen.
Ergebnis:	Maßnahmenkatalog zur Erhöhung der Wirksamkeit bestehender Instrumente zur Förderung des Ökostrombezugs in Deutschland.
Details:	<p>In der Marktanalyse Ökostrom konnte aufgezeigt werden, dass das im Jahr 2005 deutschlandweit eingeführte Instrument der Stromkennzeichnung auf Verbraucherseite bislang so gut wie keine Wirkung entfaltet (für eine ausführliche Darstellung der Studie siehe enews I_2019).</p> <p>Die Stromkennzeichnung ist auf Verbraucherseite kaum bekannt und zudem schwer verständlich. Somit konnte sie ihr anvisiertes Ziel, den Verbraucherinnen und Verbrauchern eine informierte(re) Entscheidung auf dem Strommarkt zu ermöglichen, bislang nicht realisieren. Vielmehr wurde die Wirksamkeit des Instruments systematisch überschätzt und die Studiergebnisse bieten nun verschiedene Ansätze, um die Wirkung der Stromkennzeichnung in der Praxis gezielt zu verbessern.</p>

Untersuchungssteckbrief Wirksamkeit Wirtschaftsförderung

Auftraggeber: hannverimpuls GmbH



Branche:	Wirtschaftsförderung
Aufgaben:	Steigerung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Region Hannover. Es werden Gründungs-, Ansiedlungs- und Innovationsvorhaben beraten, gefördert und vernetzt, nationale und internationale Geschäftsbeziehungen aufgebaut und Eigeninitiativen regionaler Akteure in Wirtschaft und Wissenschaft gestärkt.
Projektziel:	Langfristige Wirksamkeit der Wirtschaftsförderung messen und Kundenzufriedenheit mit Leistungsangeboten erheben. Leitfragen: Inwieweit ist die Unterstützung von neu gegründeten wie auch bestehenden Unternehmen in der Region wirksam? Tragen Sie zu einer nachhaltigen Stärkung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit bei?
Zeitraum:	September 2018 - Dezember 2018
Methodik:	Breit angelegte Befragung von Kundinnen und Kunden , Ergebnisse der letzten fünf Jahre wurden einbezogen. Ergänzt wurde die Befragung durch Experteninterviews mit wichtigen Stakeholdern der regionalen Wirtschaftsförderung in Verbänden, Wissenschaft und Zivilgesellschaft.
Ergebnis:	Wirksamkeitsbericht mit Kennzahlen und Experteneinschätzungen
Details	<p>Das direkte Feedback der Kundinnen und Kunden eröffnete eine neue Perspektive, die über eine rein quantitative Betrachtung wirtschaftlicher Erfolgsziffern hinausgeht. Denn in diesem Bereich ist nicht von einfachen Wenn-Dann-Verknüpfungen auszugehen: Im Hinblick auf den wirtschaftlichen Erfolg oder Misserfolg, beispielsweise bei Unternehmensgründungen, sind in der Regel verschiedene Einflüsse wirksam, wobei die institutionelle Förderung nur einer von mehreren Faktoren ist.</p> <p>Es konnte aufgezeigt werden, dass die Förderung aus Kundensicht insbesondere bei Neugründungen wirksam ist und zu einem nachhaltigen Erfolg in den Unternehmen beitragen kann.</p> <p>Darüber hinaus helfen die Ergebnisse der Studie, das Förderangebot für bestimmte Zielgruppen (etwa nach vorhandener Berufserfahrung, nach bestehenden Kontakten in der Region etc.) weiter zu schärfen und die Förderung so insgesamt effektiver zu gestalten.</p>

Beide Studien machen deutlich, dass eine ganzheitliche Evaluation von Leistungsangeboten von dem unmittelbaren Feedback der Stakeholder profitiert. Die imug Marktforschung setzt hier auf eine empirisch fundierte Wirksamkeitsmessung, die Unternehmen als Ergänzung zu bestehenden Kundenzufriedenheitsstudien nutzen können.



Dr. Ingo Schoenheit
Sprecher der Geschäftsführung
und Gesellschafter

Exkurs: imug | CSR Wesentlichkeits-Analysen

Das Themenspektrum potenziell relevanter Nachhaltigkeitsthemen ist sehr umfassend. Darum gehört es inzwischen zur gängigen Praxis, von sogenannten Wesentlichkeitsanalysen Gebrauch zu machen. Das Ziel dabei: interne und externe Interessen bei der Priorisierung von Nachhaltigkeitsthemen berücksichtigen. Darauf aufbauend lassen sich Schwerpunkte in Nachhaltigkeitsstrategien, -programmen genauso wie in der Nachhaltigkeitsberichterstattung legitimieren.

Jenseits der etablierten Stakeholderbefragungen bietet imug | csr auch innovative Tools an, um aktuelle regulatorische Anforderungen beispielsweise zur Berücksichtigung der Sustainable Development Goals (SDGs) sowie positiver und negativer Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft. Außerdem liefern wir mit einer speziellen Methode Hinweise, welche Nachhaltigkeitsthemen in welchem Umfang zur wahrgenommenen Nachhaltigkeitsleistung beitragen.

Die imug Leistungen im Überblick:

- ▶ Umsetzung unterschiedlicher Optionen für Stakeholderbefragungen (Online-Befragungen, Telefoninterviews, Gruppendiskussionen, etc.)
- ▶ Innovative Impact-Messungen mittels Regressionsanalysen
- ▶ SDG-Mapping
- ▶ Professionell visualisierte Dokumentation der Ergebnisse
- ▶ Inhouse-Präsentationen und Workshops

Im Bereich imug | csr verfügen wir über eine langjährige ausgewiesene Expertise: Diese reicht von der Strategieberatung über Nachhaltigkeitsberichterstattung bis hin zur Implementierung geeigneter Maßnahmen. imug | Marktforschung

liefert dabei für eine Vielzahl der Analysen die erforderliche Methoden- und Umsetzungs-Kompetenz mit eigenem Marktforschungsinstitut – zertifiziert nach ISO 9001 und ISO 20252 – im Haus.

„Auch für Energieunternehmen ist es zunehmend ratsam, Wesentlichkeitsanalysen durchzuführen: Zum einen, weil sie häufig wegen ihrer Unternehmensgröße unter die CSR-Berichtspflicht fallen. Zum anderen, weil sich auch Energieunternehmen so in legitimer Weise zu speziellen Nachhaltigkeitsthemen (z.B. zur Kundenbindung) positionieren können. Wir beraten Sie gerne, welches Vorgehen zu Ihrem individuellen Bedarf passt. Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir einfach eine E-Mail.“



Nils Tiemann
Senior Berater

mail: tiemann@imug.de
fon: 0511 1219636

Mitarbeiterbefragungen

Regelmäßiges Feedback als Beitrag zur Mitarbeiterbindung

Die Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gilt als eine der zentralen Stellschrauben, wenn es darum geht, den Unternehmenserfolg nachhaltig zu verbessern. Im Rahmen der jährlich durchgeführten Studie „Recruiting Trends 2018“ des Centre of Human Resources Information Systems (CHRIS), einem gemeinsamen Forschungsprojekt der Universitäten Bamberg und Erlangen-Nürnberg, wird unter anderem auch der Themenbereich Mitarbeiterbindung fokussiert. Hierzu wurden die Top-1.000-Unternehmen sowie die Top-300-Unternehmen aus der IT-Branche in Deutschland sowie zusätzlich über 2.800 Bewerberinnen und Bewerber befragt.

Als zentrales Ergebnis stellte sich unter anderem heraus, dass die Merkmale, die ein Unternehmen als Arbeitgeber attraktiv machen, vor allem die Arbeitsbedingungen sind – noch vor der Entlohnung oder der Unternehmenskultur. Hier wurden unter anderem Faktoren wie ein gutes Arbeitsklima und die Anerkennung seitens des Arbeitsgebers, aber z.B. auch Faktoren wie keinem zwanghaften Dresscode zu unterliegen, angeführt. Damit zeigt sich einmal mehr, wie sinnvoll der Einsatz von Mitarbeiterbefragungen sein kann. Gezielt lässt sich nach der Zufriedenheit mit den vorherrschenden Arbeitsbedingungen fragen, um Verbesserungen für die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer anzustoßen und damit auch langfristig die Mitarbeiterbindung zu erhöhen.

Auch unter den befragten Bewerberinnen und Bewerbern zeigte sich als interessantes Ergebnis der Studie, dass die Candidate Experience, d.h. alle Erfahrungen, die Bewerber im Laufe eines Bewerbungsprozesses machen, den größten Effekt auf die Attraktivität eines Arbeitgebers hat. Demnach wird das Bemühen um eine ganzheitliche, positive Candidate Experience bzw. alle Maßnahmen, derer sich ein Unternehmen bedient, um sich am Arbeitsmarkt als positiver Arbeitgeber abzuheben, ebenfalls als wesentlicher Einflussfaktor auf die spätere Mitarbeiterbindung gesehen.

Dieser Aspekt lässt sich ebenso auf die Zeit als Arbeitnehmer/-in übertragen. Bemüht sich das Unternehmen um eine ganzheitliche Employer Experience, dann wirkt sich dies positiv auf die Mitarbeiterbindung aus. Im weitesten Sinne lässt sich hier auch die regelmäßige Durchführung von Mitarbeiterbefragungen einordnen. Denn durch Mitarbeiterbefragungen fühlen sich Mitarbeitende wertgeschätzt. Ihre Meinung wird gehört und es wird das Gefühl vermittelt, einen wesentlichen Beitrag zur Unternehmensentwicklung zu leisten. Demnach dienen auch Mitarbeiterbefragungen als Instrument, um die Bindung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an ein Unternehmen nachhaltig zu stärken.

Auch Sie würden gerne die Mitarbeiterbefragung als wirkungsvolles Instrument zur Stärkung Ihrer Mitarbeiterbindung einsetzen? Wir bieten im imug nicht nur die Vorbereitung und Umsetzung von Mitarbeiterbefragungen, sondern auch die Begleitung von Folgeprozessen in Ihrem Unternehmen an. Sprechen Sie uns gerne an!



Weitere Infos

... zum Thema **Mitarbeiterbefragungen** finden Sie auch auf unserer [Homepage](#).

„Organisierte Rückmeldungen in Unternehmen können sich sowohl auf spezifische Themenfelder wie die Kundenorientierung Ihrer Mitarbeitenden beziehen, als auch mittels Selbst- und Fremdeinschätzung der Beschäftigten anhand von 360°-Befragungen analysiert werden. Im Nachgang tragen unsere weiterführenden Module dann optimal dazu bei, aus Befragungsergebnissen positive Veränderungen für Ihr Unternehmen einzuleiten und die Mitarbeiterbindung nachhaltig zu stärken. Nutzen Sie dabei unsere langjährige Erfahrung. Lesen Sie mehr über unser Angebot im [Folder imug Mitarbeiterbefragung](#).“

Ines Ballmann
Beraterin

mail: ballmann@imug.de
fon: 0511 1219624



Agile Trainings vom imug

Maßgeschneiderte Formate – ganz nach Ihrem Bedarf

Mitarbeitende im Kundenservice sind heute in einem komplexen Arbeitsumfeld unterwegs: Multi-Channel, Shared Services und zunehmende Erwartungen an die Service-Qualität bestimmen den Berufsalltag. Und nicht alle kommen überall gleich gut mit. Hier setzen wir mit unseren **imug-Trainings** an und steuern mit unseren maßgeschneiderten Angeboten gezielt gegen.

Inhaltlich bauen unsere Trainings-Werkstätten auf den Säulen der Kundenkommunikation auf:

- ▶ **Korrespondenz** – ganz klassisch als Brief, als E-Mail, per Chat oder in Social Media
- ▶ **Persönlicher Service** – im direkten Kontakt oder am Telefon
- ▶ **Beschwerde-Bearbeitung** – als besondere Herausforderung

Trainings zur Korrespondenz

Nominalstil war gestern. Heute wird eine frische Schriftsprache erwartet – und zwar in allen Medien. Ein Lächeln will transportiert werden, Botschaften wollen überzeugen und Informationen ankommen. Hier setzt unser Klassiker an: die **Schreibwerkstatt**. Mit praxisnahen Übungen, anschaulichen Unterlagen und Freude am Schreiben.

Gesprächstrainings

Aktiver Service hat ein Gesicht – oder wenigstens eine Stimme. Die Mitarbeitenden im Kundenservice sind dieser erste Kontaktpunkt und machen damit den Unterschied. Das Handwerkszeug für diese Kommunikation nehmen wir in unserer **Service-Werkstatt** in den Blick: Kommunikative Standards, zielgerichtete Beratung, Empathie. Alltagstauglich und handfest.

Beschwerde-Werkstätten

Warum ist die Bearbeitung von Beschwerden immer noch die Königsklasse der Kundenkommunikation? Das liegt in der Natur des Menschen: Es geht um Emotionen. Wie man mit diesen Emotionen – auch den eigenen – erfolgreich umgehen kann, ist Gegenstand unserer **Beschwerde-Werkstatt**.

Wir bieten fundiertes Wissen – aber kurzweilig und interessant. Exzellente Service-Standards – aber flexibel und individuell. Bei Ihnen vor Ort, bei uns im imug oder online – ganz, wie Sie es benötigen.

Übrigens: Es muss nicht immer das Ganztagstraining sein. Unsere Formate sind so agil wie Ihr Service: Wenn Sie **kleine und flexible Trainingsformen** brauchen, richten wir uns genau an Ihrem individuellen Bedarf aus – Webinar, Online-Coaching, Praxis-Workshop oder Refresher, Impulse fürs Teammeeting oder Austausch über den Transfer der neu gelernten Inhalte.



Für Fortgeschrittene, als Auffrischung oder für spezielle Themen ist unsere **Aufbau-Werkstatt** konzipiert, die gezielte Vertiefungen bietet. Und ergänzend sorgt die **Recht-schreibwerkstatt** – überraschend kurzweilig – für Sicherheit bei den formalen Seiten der Korrespondenz.

Ihr Service soll sich noch aktiver auf den Vertrieb ausrichten? Das fällt nicht allen „Alten Hasen“ leicht. Wie auf Kundensignale schnell reagiert und mit passgenauer Argumentation erfolgreich abgeschlossen werden kann, erarbeiten wir in der **Vertriebswerkstatt**. Begeisterung inklusive.

Ziel dabei: Bestmöglicher Service, plausible Erläuterungen und nützliche Lösungen. Denn gerade Beschwerden bieten die Chance, selbstbewusst die Gelegenheit zu nutzen, ständig besser zu werden – auch beim Service.

Coachings

Exzellenter Service ereignet sich mit jedem Kontakt immer wieder neu. Was jedoch tun, wenn neue Stärken sich zeigen, aber noch nicht gefestigt sind? Oder wenn allzu viel Routine die Selbstwahrnehmung trübt? Wenn Servicequalität nachhaltig sichergestellt werden soll?

Hier hilft oft der Blick von außen: Individuelles und wertschätzendes Feedback auf Augenhöhe. Direkt am Arbeitsplatz. In vertrauter Atmosphäre. Und mit klaren Zielen.

In unseren **Coachings** werden falsche Strategien und Routinen aufgebrochen, Lernprozesse werden individuell verstetigt und feinjustiert. Dies findet in der Regel am Arbeitsplatz der Mitarbeitenden statt – bei Korrespondenzaufgaben aber auch per E-Mail oder Telefon.

Gern finden wir mit Ihnen gemeinsam heraus, welches Format am besten zu Ihrem aktuellen Bedarf passt. Rufen Sie uns einfach an.

Miriam Dreblow
Beraterin & Trainerin

mail: dreblow@imug.de
fon: 0511 1219615



„Die verschiedenen imug Trainingsformate haben eines immer gemeinsam: Wir knüpfen direkt an der Praxis der Teilnehmenden an, mit Originalbeispielen. Dadurch entstehen Aha-Erlebnisse, die für die Themen sensibilisieren und überzeugen.“

Andreas Schielke
Senior Berater & Trainer

mail: schielke@imug.de
fon: 0511 1219623



„Menschlich im Umgang und beweglich in der Sache – so wünschen sich viele ihren Kundenservice. Und wir richten unsere Trainings danach aus: Mit Augenmaß, der nötigen Flexibilität und einer Prise Humor.“

06

Seminartipps für die 2. Jahreshälfte Input und Feedback für Ihre Kundenkommunikation

Beschwerde-Werkstatt am 24. September 2019 im imug

Gerade bei Beschwerden ist es wichtig, die Beziehung zur Kundin oder dem Kunden zu stärken und die Beratungschancen zu nutzen.

Ein kundenorientierter Umgang mit Beschwerden ist nicht immer einfach, aber machbar. Unser Seminar gibt Ihnen das professionelle Handwerkszeug für Ihre erfolgreiche Beschwerdekommunikation an die Hand.

Ihr Nutzen:

- ▶ Bausteine kundenorientierter Kommunikation gezielt einsetzen
- ▶ Eigene Praxisbeispiele ausprobieren
- ▶ Voneinander lernen: Der Erfahrungsaustausch mit Fachleuten in ähnlichen Positionen



Den Flyer und weitere Details zur Veranstaltung finden Sie auf unserer [Homepage](#).

Schreibwerkstatt am 06. November 2019 im imug

Ist Ihre Korrespondenz wertschätzend, freundlich und verständlich? Sind Ihre Botschaften klar? Und werden Vorteile aufgezeigt? Jeder Schriftkontakt ist immer auch Werbung in eigener Sache. Hier zeigt sich, wie konsequent Sie sich auf Ihre Kundinnen und Kunden ausrichten. Tag für Tag. Kontakt für Kontakt

Unsere Schreibwerkstatt setzt an dieser täglichen Schreibeibeit an. Ziel ist die persönliche Erfahrung, wie eine **frische und zeitgemäße Schreibweise** möglich ist.

Den Flyer und weitere Details zur Veranstaltung finden Sie [hier](#).

Ihr Nutzen:

- ▶ **Frischer Wind** statt staubigem Nominalstil
- ▶ **Knackige Botschaften** statt schwer verständlicher Schachtelsätze
- ▶ **Spannender Austausch** mit Teilnehmern/-innen anderer Unternehmen



Aufbau-Werkstatt „Exzellente Korrespondenz“ am 12./13. November 2019

Sie befassen sich intensiv mit Kundenkorrespondenz und wünschen sich ein paar frische Impulse? Dieses Schreibtraining richtet sich an Mitarbeitende und Führungskräfte im Beschwerde- oder Forderungsmanagement, im Back Office oder auch in der Unternehmenskommunikation. Sie haben bereits an einem Seminar für moderne Korrespondenz teilgenommen und kennen die Anforderungen zeitgemäßen Schreibens. Aufbauend geht es darum, den eigenen Schreibstil zu reflektieren und gezielt weiterzuentwickeln.

Die tragenden Elemente der modernen Korrespondenz werden ganz konkret aufgefrischt, erweitert, gefestigt und vertieft. Je nachdem, wo das Alltagsgeschäft die Schwerpunkte vorgibt, fällt der Feinschliff thematisch unterschiedlich aus.

Optional bieten wir einen zweiten Tag, an dem mitgebrachte Schriftstücke in Gruppen gemeinsam überarbeitet werden können. Unsere Trainerin begleitet dabei und hilft, die Impulse des Schreibtrainings gleich in die Praxis umzusetzen.

Mögliche Themen:

- ▶ **Kompetenzbotschaften unternehmensspezifisch formulieren**
- ▶ **Neugier wecken: PS- und Betreffzeile gekonnt nutzen**
- ▶ **In komplexen Schreiben logisch stringente Argumentationen aufbauen**
- ▶ **Bei schwierigen und besonderen Anlässen den richtigen Ton finden**

Ihr Nutzen:

- ▶ **Bessere Texte:** Sie werden wirkungsvoller, professioneller, verständlicher, überzeugender.
- ▶ **Sicherheit im Schreiben gewinnen:** Sie meistern auch die schwierigen Anlässe mit souveräner Haltung.
- ▶ **Voneinander lernen:** Der Erfahrungsaustausch mit Fachleuten in ähnlichen Positionen bereichert und bestätigt Ihr eigenes Kompetenzspektrum.

Zur Anmeldung und weiteren Informationen geht es hier: [Aufbauwerkstatt 12./13. November 2019](#)

Bei Fragen sprechen Sie gerne Ximena Steckhan an.

Bei ihr können Sie sich für unsere Seminare anmelden und einen Platz zu Ihrem Wunschtermin sichern:



Ximena Steckhan
Projektmanagerin
mail: steckhan@imug.de
fon: 0511 121 96 38



Wenn Sie Fragen oder Anregungen zu diesem Newsletter haben, senden Sie uns gerne eine E-Mail an energie-news@imug.de

Wir freuen uns, wenn Sie unseren Newsletter weiterempfehlen.

Falls Sie diesen Newsletter nicht weiter erhalten wollen, senden Sie bitte einfach eine E-Mail mit dem Betreff „unsubscribe“ an energie-news@imug.de

imug Beratungsgesellschaft mbH
Postkamp 14a
30159 Hannover

fon: 0511 121960
fax: 0511 1219695

web: www.imug.de