

INSIGHTS inside

DER NEWSLETTER FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE, PERSONALCHEFS UND BERATER



Willkommen bei
INSIGHTS MDI®

Liebe Partner und Kunden,
in einer Umfrage hat die Unternehmensberatung Weissmann & Cie jüngst ermittelt, dass mehr als 60 % der befragten mittelständischen Unternehmen auf externe Strategieberater setzen. Das bestätigt den sich schon länger abzeichnenden Trend, dass von Trainern und Beratern keine Standardprogramme mehr, sondern zunehmend individuelle, auf das Unternehmen und seine spezifischen Anforderungen ausgerichtete Gesamtlösungen erwartet werden. Innerhalb der SCHEELEN®-Group haben wir dieser Entwicklung frühzeitig Rechnung getragen und uns mit einem Dienstleistungsangebot, das den Consulting-Bereich verstärkt in den Mittelpunkt stellt, als Business Partner etabliert. Das beste Geschäftsergebnis seit Bestehen sowie neue internationale Projekte im vergangenen Jahr beweisen die Richtigkeit unseres eingeschlagenen Weges. Dazu gehört auch unsere Entscheidung, in den wichtigen Schweizer Markt zu expandieren. Mit der Gründung der Tochtergesellschaft SCHEELEN AG Schweiz bieten wir nun vor Ort unser komplettes Portfolio individueller Consulting- und Trainingsleistungen auf Basis der Diagnoseinstrumente INSIGHTS MDI® und ASSESS by Scheelen® an. Auch hier gilt wie im gesamten Unternehmen unser Leitmotiv, durch hohe menschliche und fachliche Kompetenz sowie die stetige Qualitätssicherung unserer Produkte Partner und Kunden bei ihrem Wachstum erfolgreich zu unterstützen. Mehr in dieser Ausgabe.

Ihr Frank M. Scheelen, Geschäftsführer der
INSIGHTS MDI International® Deutschland GmbH

INSIGHTS MDI® V3

Der feine, aber wichtige Unterschied

Zu unserem Qualitätsverständnis gehört die wissenschaftliche Absicherung aller Persönlichkeitsverfahren, die wir anbieten. Alle zwei Jahre normieren und validieren wir unsere Verfahren, obwohl ein Zeitrahmen von acht Jahren genügen würde. In den vergangenen 15 Jahren haben wir gemeinsam mit dem amerikanischen Lizenzgeber TTI die INSIGHTS MDI®-Tools beständig qualitativ weiterentwickelt und ihre Aussagefähigkeit verbessert. Die im Dezember 2006 durchgeführte aktuelle statistische Überprüfung hat die von uns angestrebte Qualität erneut bestätigt.

So unterscheiden sich die INSIGHTS MDI®-Instrumente in Auswertung und Aussagequalität deutlich von anderen 4-Quadranten-Modellen, wie beispielsweise dem DISG-Verfahren. Beide Instrumente haben eine ähnliche Konstruktionsgrundlage. Im Zuge der individuellen Weiterentwicklungen entstanden aber gravierende Unterschiede in Reportaufbau und Aussagequalität.

Bei INSIGHTS MDI® stehen beispielsweise doppelt soviel Informationen für die Skalenberechnung zur Verfügung als bei DISG. Grund dafür ist, dass bei INSIGHTS MDI® die Informationen aller vier Items einbezogen werden, während DISG lediglich die beiden Aussagen „am meisten“ und „am wenigsten“ auswertet. Die Messung von INSIGHTS MDI® ist dadurch differenzierter, die Ergebnisse weisen eine feinere Abstufung auf. Deutlich wird das bei einem Beispiel aus dem Selbstversuch von Professor Walter Simon (siehe Buch Persönlichkeitsmodelle): Die Fragen „Welche Veränderungen durchlebt Walter Testperson?“



■ Persönlichkeitsmodelle

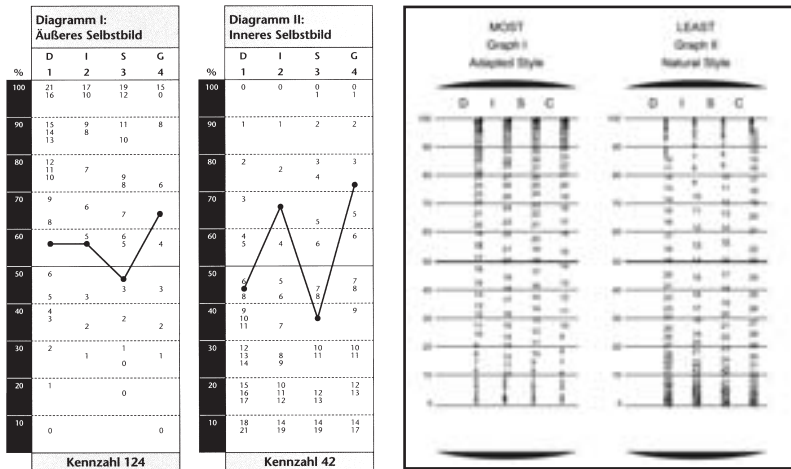
Prof. Walter Simon

In seinem Buch hat der Autor eine im Selbstversuch ermittelte vergleichende Darstellung der 18 wichtigsten Persönlichkeitsmessverfahren, darunter die INSIGHTS-Analyse, beschrieben.

>



INSIGHTS inside – EIN SERVICE DER INSIGHTS MDI GMBH FÜR INSIGHTS MDI®-NUTZER



oder „Welche Absichten hat Walter Testperson zur Zeit?“ lassen sich aus den Informationen des DISG-Fragebogens nicht oder nur rein spekulativ und somit ohne Gültigkeit beantworten.

Weitere Informationen, auch über statistische Hintergründe zu den Reliabilitäten der einzelnen Skalen von INSIGHTS MDI®, geben wir Ihnen gern. Bitte sprechen Sie uns an.

< Das Ergebnis des DISG Persönlichkeitsprofils zeigt eine deutlich geringer ausgeprägte Differenzierung der Skalen als bei INSIGHTS MDI®

13. JAHRES-AUFTAKT-KONFERENZ
 „Experts meet Experts“ – der Name war Programm



Rund 90 Partner und Kunden tauschten ihre Erfahrungen aus

Hochmotiviert trafen sich im Januar mehr als 90 HR-Experten zur 13. INSIGHTS Jahres-Auftakt-Konferenz in Konstanz. „Experts meet Experts“ lautete das Motto und machte seinem Namen alle Ehre. Denn die Top-Referenten boten in ihren Vorträgen jede Menge Informationen zu neuen Trends und Entwicklungen, berichteten über ihre Erfahrungen und hielten wertvolle Anregungen und Impulse für die Herausforderungen der Zukunft bereit.

Die in diesem Jahr erstmals angebotenen Workshops zu den Themen TriMetrix, Advanced Interpretationstraining und Consulting kamen bei den Teilnehmern ebenfalls gut an. Kein Wunder also, dass die Veranstaltung auch in diesem Jahr wieder

ein voller Erfolg war. „Es war Inspiration pur. Der perfekte Start ins neue INSIGHTS-Jahr“, steht daher stellvertretend für das durchgängig positive Feedback. Einige Vorträge haben wir auf der folgenden Seite für Sie zusammengefasst.

Für unterhaltsame Entspannung nach einem intensiven Tagesprogramm sorgte das traditionelle Festbankett mit Award-Verleihung am ersten Abend. Mit einem erstklassigen Auftritt hatte Wirtschaftskabarettist Bernhard Baumgartner die Lacher voll auf seiner Seite. DJ Andreas Wentz legte anschließend den richtigen Sound auf, sodass so mancher seine körperliche Fitness auf der Tanzfläche noch einmal richtig unter Beweis stellte.



Konstanzer Themen im Überblick

■ Ähnlichkeiten beim von **Hans-Uwe Köhler**, Coach, Verkaufstrainer und Experte für emotionale Kommunikation, entwickelten Verkaufsprojekt Love-Selling zur Beziehung eines Liebespaares sind nicht zufällig. Denn wie zwischen zwei liebenden Menschen funktioniert seiner Erfahrung nach auch im Verkauf die Beziehung zum Kunden über die emotionale Intelligenz. Deren wichtigste Grundlage ist Empathie. Wer die Fähigkeit zur Wahrnehmung, Einfühlung, Zuneigung und Hingabe hat, wird erfolgreich sein, ist ein so genannter LoveSeller. LoveSeller schenken ihren Kunden Aufmerksamkeit, lassen sich auf sie ein, nehmen sich Zeit, bereiten sich vor, wollen sie für ihre Ideen, Produkte oder Dienstleistungen finden und begeistern, stellen sie in den Mittelpunkt, bieten Vertrauen, Zuverlässigkeit und Sicherheit. Und sie vermeiden jede Art von Routine oder Langeweile. Denn Kundenzufriedenheit stellt eine latente Gefahr dar – Kundenbegeisterung sollte das Ziel sein.

■ **Bernd Gleissner**, Leiter Personalentwicklung Sparkasse Kassel, präsentierte gemeinsam mit Rainer Skaziel ein Praxisbeispiel für Vertriebstraining. Beim Anleihen-Portfolio der drittgrößten Sparkasse in Hessen mit guten Produkten und einer ebenso guten Produktentwicklung gab es große Differenzen in den Umsätzen. Zielsetzung für das eineinhalbtägige Vertriebstraining der Mitarbeiter im Individualkundenbereich war es, einen messbaren ROI beziehungsweise eine sichtbare (Verhaltens-)änderung herbeizuführen. Grundlage des Konzepts war der leadership-check mit Trainingsteil „So gewinnen Sie jeden Kunden“. Im Konzept festgelegt wurden u.a. die Eckpunkte Pflichtteilnahme aller Leiter/Berater des Vermögens-Anlage-Centers, messbare Absatzsteigerung von KS-Portfolio-Anleihen, eine positive Stimmung für den Verkauf zu schaffen – messbar über die Steigerung der Absatzerfolge des Einzelnen – sowie die Erkenntnisse des leadership-check zu etablieren und damit eine Basis für weitere Trainings zu schaffen. Fazit: In den ersten vier Monaten konnte eine deutliche Steigerung allein an Geld/Brief-Spannen erreicht werden. Im Verhältnis dazu standen geringe Aufwandskosten. Nächste Zielgruppe werden die Geschäftsstellenleiter sein.

■ **Hasan Güngör** und **Ela Bilgin**, Is Kavramlari, Istanbul, und Licensee in der Türkei, haben für die PDP Bank ein Persönlichkeitsentwicklungskonzept erstellt, das die aufgrund der Vielzahl beauftragter nationaler und internationaler Consultants entstandenen Probleme mit zu vielen Einzelprojekten ohne Zielerreichung lösen soll. Die Anforderungen dabei waren: spezielle Positionen in der Bank besetzen zu können, den Mitarbeitern genügend Tools für ihren Karriereweg zu bieten, die Möglichkeit, per Knopfdruck den am besten geeigneten internen Kandidaten für die Besetzung einer frei werdenden Position ermitteln zu können und das Aufzeigen von Maßnahmen, wie ein Mitarbeiter für eine bestimmte Position entwickelt werden kann. Dafür legte Is Kavramlari zunächst 13 Definitionen für Führungspositionen fest, die u.a. acht Kompetenzen und Verhaltensindikatoren enthielten. Eine neue Dimension erreichte das Projekt, als nach Beginn im Jahr 2005 die Bank durch eine unerwartete Übernahme plötzlich über 14.000 Mitarbeiter verfügte. Inzwischen wurden 150 Positionen definiert. Heute wird für alle HR-Managementprozesse – wie Personalauswahl, Performance Management, Personalentwicklung, Erfolgsplanung – der gleiche Output genutzt. Aktuell ist bei Assessment Centern jetzt auch TriMetrix im Einsatz.

■ In seinem Vortrag „Verhalten und Werte im Kontext – Entwicklung von Soll-Profilen für die Mitarbeiterauswahl“ stellte **Ulrich Merz**, People Training, das Beispiel eines mittelständischen Hörgeräteakustik-Unternehmens vor. Dessen Ziel war es, die Verkaufszahlen durch neue Mitarbeiter zu steigern, die eine hohe Beratungskompetenz vorweisen mussten. Um ein Soll-Profil für die Neueinstellungen entwickeln zu können, wurden die zehn besten und die zehn schlechtesten Auswertungen von 100 bestehenden Verkaufsmitarbeitern zum Basisstil und zu den Werten ermittelt und gegeneinander gestellt. Dabei zeigte sich, dass bei den Top 10 im Basisstil rot stark, grün aber nur schwach vertreten war. Bei den Flop 10 war das Verhältnis umgekehrt. Bei der Auswertung erzielten die Top 10 beim theoretischen Wert das höchste Ergebnis, die Flop 10 beim sozialen Wert. Die größten Erfolgsaussichten verspricht daher eine Teambesetzung mit konträren Typen.



Kick-off 2008

Der Termin für unsere 14. Jahres-Auftakt-Konferenz liegt bereits fest: **18./19.01.2008**. Am besten gleich im Kalender eintragen. Wir laden Sie schon heute herzlich ein.

Die noch anstehenden Termine für unsere Seminarveranstaltungen in diesem Jahr finden Sie auf den beiden folgenden Seiten unseres Newsletters.



TRAINER, BERATER ODER BUSINESS PARTNER?

Erhöhen Sie die Wertschöpfung für sich und Ihre Kunden

TERMINE INSIGHTS MDI®

Informationsworkshop

- 10.05.2007
CH-Egerkingen
- 24.05.2007
Hannover
- 03.07.2007
Wiesbaden
- 11.09.2007
Köln
- 11.10.2007
Heidelberg
- 15.11.2007
Dortmund

Akkreditierung

- 27.-29.06.2007
Waldshut-Tiengen
- 17.-19.09.2007
Waldshut-Tiengen
- 24.-26.10.2007
Waldshut-Tiengen
- 03.-05.12.2007
Waldshut-Tiengen

TriMetrix Workshop

- 18.06.2007
Mannheim
- 23.07.2007
Walldorf
- 22.10.2007
Walldorf
- 29.11.2007
Walldorf

Beziehungs-Kompetenz

Train-the-trainer

- 09.10.2007
Walldorf

Management-Kompetenz

Train-the-trainer

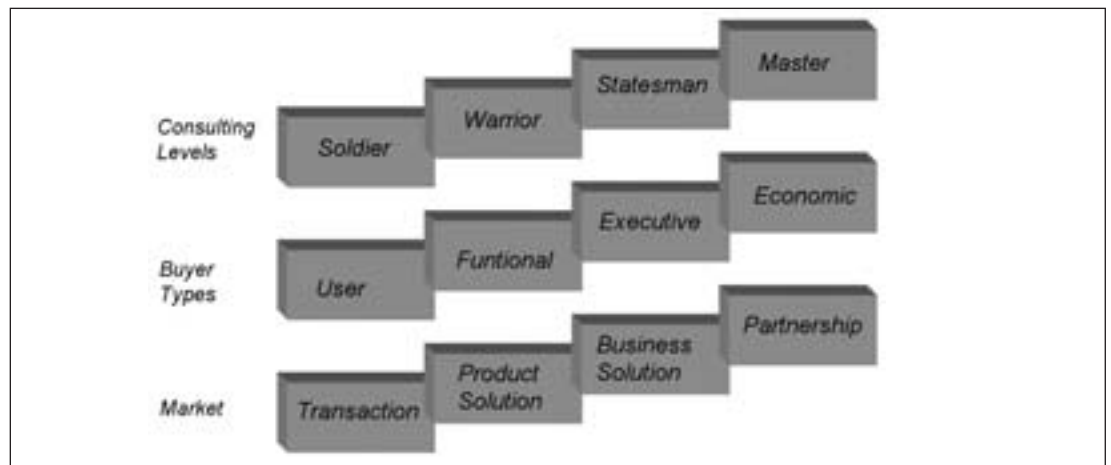
- 10.10.2007
Mannheim

Bei mittlerweile mehr als 60.000 Beratern und Trainern allein im deutschen Markt ist die Luft für die Anbieter von Consulting- und Trainingsleistungen merklich dünner geworden. Die Ansprüche der Unternehmen haben sich grundlegend geändert und werden sich weiter gravierend wandeln. Kunden sind berechtigterweise nur noch bereit, in Prozesse und Maßnahmen zu investieren, die messbare Ergebnisse liefern – und zwar kurz-, mittel- und langfristig. Das gelingt jedoch nur, wenn sie an einer konkreten Vision und der jeweiligen Unternehmensstrategie ausgerichtet sind. An standardisierten Lösungen sinkt das Interesse der Unternehmen kontinuierlich, umfangreiche Budgets stehen dafür kaum noch zur Verfügung.

Für so manchen Trainer oder Consultant heißt das, sein Angebot zu überdenken, um den aktuellen Herausforderungen gerecht werden zu können. Viele Berater haben eine solide Ausbildung und hervorragende Ideen – aber trotzdem nicht den erwarteten Erfolg. Der Grund dafür liegt vielleicht in ihrer geringen Kunden- und Nutzenfokussierung. Sie verkaufen Produkte, Standardseminare, Vorträge anstatt Lösungen. Gefragt ist jedoch zunehmend ergebnisorientiertes, strategi-

Veränderung der mentalen Denkweise voraus. „Think big“ lautet hier die Devise und bedeutet, sich den eigenen Wert, die Erfahrung, das Wissen, Können und Talent vor Augen zu führen und danach zu handeln. Heißt aber auch: Stop selling, start consulting! Nicht Produkte und Seminare, sondern Projekte, Prozesse, Visionen und der Return on Investment sollten Inhalt der Gespräche sein. Der Kunde muss erkennen, dass ihn der Berater bei den strategischen und operativen Zielen unterstützen, ihm bei der Lösung von Management- und Business-Problemen helfen und neue Möglichkeiten eruieren, ergo: ihm und seinem Unternehmen einen Added Value bieten kann.

Wer diese Rolle als Business Partner und Problemlöser übernehmen will, muss andere Gespräche mit anderen Entscheidern führen, kurz, er muss auf oberster Geschäftsebene respektive beim Unternehmer selbst als ebenbürtiger Partner auftreten. War es bisher so, dass er mit HR-Verantwortlichen auf Funktionsebene über Produkte und Dienstleistungen verhandelt hat, kann das Ziel jetzt nur sein, die höchste Stufe des Consulting-Levels zu erklimmen (siehe Grafik).



sches Consulting, also Business Solutions, die dem Kunden zu nachhaltigem Erfolg verhelfen. Die Zukunft gehört daher verstärkt dem Consultant, der sich als kompetenter Business Partner präsentiert. Sich auf dieser Ebene zu positionieren, setzt aber für viele Berater zunächst einmal eine

Die Anforderungen hier sind groß. Auf diesem Level erwartet der Kunde, dass der Business Partner sich nicht nur in seinem speziellen Segment äußert, sondern das große Ganze des Unternehmens im Blick hat. Dass er aufzeigt, wo der Schuh drückt, wo Lösungsansätze liegen und



- > so seine Wertschöpfung erhöht, will heißen: der Berater muss das Problem sichtbar und dem Kunden einen damit verbundenen Verlust klar machen. Denn erst dann entsteht die Motivation und die Bereitschaft, etwas zu ändern.

Um das zu erreichen, gibt es einen klar zielorientierten Weg in fünf Schritten:

Step 1: Situationsanalyse der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft

Wie war die Entwicklung? Was ist das größte Problem? Was soll erreicht werden?

Step 2: Zielklärung

Welche drei Hauptziele werden von einem Projekt erwartet? Was sind die größten Bedenken? Welche Messfaktoren definieren den Erfolg des Projekts?

Step 3: Wirtschaftliche Messbarmachung des Erfolgs

Welchen Umfang in Euro hat das Problem? Welchen direkten Einfluss hätte das Projekt auf den Profit? Wie hoch sind die Kosten pro Jahr für das Problem?

Step 4: Konzeption

Problemdefinition, Strategie, Ablaufplan, Qualitätskontrolle.

Step 5: Implementierung

Realisierung! Nur 30 bis 50 Prozent der Consultants setzen ihre Analyse auch um.

Unterstützung bieten hier die TriMetrix Benchmark-Analyse und das kompetenzbasierte Diagnostikverfahren ASSESS. Durch Abgleich mit einer 360°-Analyse oder ASSESS Kompetenz Analyse® erhält das Management Klarheit, wo die GAPS zwischen Soll und Wirklichkeit liegen. Damit werden objektiv und umfassend die im Rahmen einer strategieorientierten Beratung zu ermittelnde Lücke zwischen den Anforderungen des Unternehmens und den vorhandenen Potenzialen sichtbar gemacht. Künftige Consulting- und Trainingsdienstleistungen müssen darauf abgestimmt sein. Benchmarking, Measuring und Developing heißen also die Grundlagen einer für den Kunden maßgeschneiderten Business Lösung, die ihm hilft, seine strategischen Ziele zu realisieren.

**TERMINE
ASSESS by
Scheelen®**

ASSESS Business

Apero

- 10.05.2007
CH-Egerkingen
- 24.05.2007
Hannover
- 03.07.2007
Wiesbaden
- 11.09.2007
Köln
- 11.10.2007
Heidelberg
- 15.11.2007
Dortmund

ASSESS

Akkreditierung

- 11.-13.07.2007
Waldshut-Tiengen
- 10.-12.09.2007
Waldshut-Tiengen
- 21.-23.11.2007
Waldshut-Tiengen

SSM Workshop

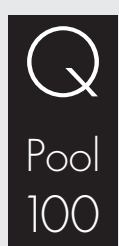
- 20.-21.09.2007
Waldshut-Tiengen

Nähere Informationen zu allen Seminaren erhalten Sie jederzeit gern von Anne Löffler unter 07741/9694-55.

Q-POOL 100 BEFRAGT UNTERNEHMEN

Wie sieht der ideale Trainer aus?

Die Offizielle Qualitätsgemeinschaft internationaler Wirtschaftstrainer und -berater Q-Pool 100 – Präsident ist Frank M. Scheelen – wollte genau wissen, was die PE-Verantwortlichen in Unternehmen von einem idealen Trainer erwarten



und hat aktuell eine Umfrage bei den Kunden ihrer Mitglieder durchgeführt. Mit 104 Rückläufern erhebt die Befragung sicherlich nicht den Anspruch, repräsentativ zu sein. Sie stellt jedoch eine Basis dar, aus der man Hypothesen und Konsequenzen ableiten kann. Hier einige Erkenntnisse:

- > Entscheidungsträger sind oft nicht die HR-Leute, sondern die Geschäftsführer oder Bereichsleiter.
- > Trainer müssen kein Spezialist für ein bestimmtes Fachgebiet sein; sie müssen sich aber schnell in verschiedene Gebiete und Theorien einarbeiten und/oder im Team mit anderen Trainern arbeiten können. Sie sollen Coach und Moderator sein, nicht Referent oder Dozent. Sie sollen

interaktiv und praxisorientiert mit den Teilnehmern arbeiten. Sie brauchen nicht aus der Branche zu kommen, müssen aber in den Seminaren auf die Besonderheiten der Branche eingehen können.

- > Die Chemie muss stimmen. Es geht um die subjektiven Empfindungen der „Auswähler“.
- > Die in den Medien hoch gejubelten Methoden wie E-Learning, Blended Learning, Self Paced Learning rangieren bei den Entscheidern unter „ferner liefern“. Trainer sollen ihre grundlegenden Werkzeuge beherrschen: Methodik/Didaktik, Moderations- und Visualisierungstechniken, gruppenspezifische Prozesse.
- > Die drei wichtigsten Weiterbildungsthemen in den kommenden Jahren sind Change Management, Führung und Persönlichkeitsentwicklung.

Wer sich für die komplette Befragung interessiert, kann die Ergebnisse bei Ina Nippold anfordern: 07741/9694-25 oder info@q-pool-100.de.



Adolf Weisskopf verantwortet als Geschäftsführer die Schweizer Tochtergesellschaft der SCHEELEN® AG

EXPANSIONSKURS

SCHEELEN AG Schweiz startet mit komplettem Leistungsportfolio

Seit mehr als fünfzehn Jahren realisiert die SCHEELEN® AG im deutschsprachigen Raum erfolgreich Lösungen für Personal- und Unternehmensentwicklungen. Mit der Gründung der Tochtergesellschaft SCHEELEN AG Schweiz verstärken wir nun unsere Aktivitäten vor Ort. Dabei soll der modifizierte Namensbestandteil „Institut für Managementberatung und Diagnostik“ – der ab sofort auch für die deutsche SCHEELEN® AG gilt – unsere Kompetenz und Expertise bei der Personalauswahl und -entwicklung noch besser verdeutlichen.

Auch in der Schweiz sind die von uns exklusiv vertriebenen Diagnostiktools INSIGHTS MDI® und ASSESS by Scheelen® Basis des kompletten Dienstleistungsangebots mit individuellen Consulting- und Trainingsleistungen.

Geschäftsführer der neuen Tochtergesellschaft ist Adolf Weisskopf – ein erfahrener Experte, Trainer und Coach für Personalauswahl und -entwicklung und bei der Durchführung von Veränderungsprozessen in Unternehmen. Mit einem erfolgreichen Auftritt auf der Personal Swiss Mitte April in Zürich hat Adolf Weisskopf die Basis für das Ziel, die Marktführerschaft auch in der Schweiz zu erreichen, gelegt. Auf unserem Messestand und in einem Vortrag informierte er kompetent über strategieorientiertes Personalmanagement.

Die Kontaktdaten für die Schweiz:

SCHEELEN AG Schweiz
Institut für Managementberatung und Diagnostik
Bahnhofstrasse 9 · CH-6340 Baar
Tel. +41 (0)41 / 7 61 00-25 · Fax -23
info@scheelen-institut.ch · www.scheelen-institut.ch

Mit einer Veranstaltung im **Parkhotel in Zug** eröffnen wir am **26.06.2007** offiziell unser neues Büro in der Schweiz. Nähere Informationen unter +41 (0)41 / 7 61 00-25

N e w s

■ Mit einem Wachstum von 45 % gegenüber dem Vorjahr hat die SCHEELEN-Group ihr Ziel noch übertroffen. Neu gewonnene Key Accounts, wie z.B. Sarasin Bank, British Telecom und Privileg, haben dazu beigetragen. Als Seminar-Bestseller hat sich Beziehungs-Intelligenz erwiesen. Weiterer Erfolgsfaktor ist die Erstellung unternehmensspezifischer Benchmark-Profile. Für die Zukunft liegt der Fokus eindeutig auf mehr Internationalisierung, der Entwicklung individueller Seminarprogramme und dem Angebot individueller, bedarfsge-rechter Consulting-Prozesse.

■ Das Schweizer Journal HR Today hat eine Studie durchgeführt, die Aufschluss über den Einsatz von Personalauswahlverfahren gibt. Danach werden in der Schweiz Persönlichkeits-tests zu 33 % genutzt, während das Interview und die Analyse der Bewerbungsunterlagen jeweils einen Wert von fast 100 % erreichen. Die Einsatzgebiete liegen mit 88 % in der Personal-

auswahl, 78 % werden für die Potenzialerfassung und 40 % für die Teamanalyse genutzt. Interessant ist, dass die Auswahlkriterien zu 92 % von der Validität abhängen. Hier haben die INSIGHTS-Tools aufgrund der regelmäßigen Prüfung eindeutige Vorteile. Hinzu kommt die Bandbreite von 20 Tools, die kein anderer Anbieter vorweisen kann.

■ Knapp 10 Mrd. Euro geben deutsche Unternehmen und der Staat pro Jahr für Beraterleistungen (ohne IT-Systemberatung) aus. Den Kuchen teilen sich in Deutschland rund 68.500 Berater.

■ Eine gute und gezielte Personalarbeit steigert auch bei mittelständischen Unternehmen in signifikanter Weise den Firmenerfolg. Das hat der bundesweite Unternehmensvergleich „Top Job“ ergeben. Die ermittelten 100 Top-Arbeitgeber im deutschen Mittelstand haben durch die strategische Ausrichtung ihrer Personalarbeit klare Wettbewerbsvorteile erzielt.



CONSULTING BY SCHEELN

Mit individuellen Beratungslösungen zu ganzheitlichen Veränderungsprozessen

Als Spezialist für die Entwicklung und Förderung menschlichen und unternehmerischen Wachstums setzen wir künftig verstärkt einen Fokus auf den Dienstleistungsbereich CONSULTING by Scheelen. Hier wollen wir mit individuellen Beratungslösungen Unternehmen jeder Branche und Größenordnung – vornehmlich aber aus dem Mittelstand – bei der Initiierung und Umsetzung ganzheitlicher Veränderungsprozesse unterstützen. Damit tragen wir dem steigenden Bedarf nach komplexen strategischen Business Solutions Rechnung.

Das Lösungsportfolio umfasst dabei sowohl die Standortbestimmung und Visionsstrategie als auch die erfolgreiche Verankerung im Unternehmen. Unter Einbeziehung von Unternehmensstrukturen, Kommunikationsprozessen und

Mitarbeiterpotenzialen ermitteln unsere Experten den exakten Entwicklungs- und Beratungsbedarf und erarbeiten darauf aufbauend gemeinsam mit dem Kunden neue Strategien mit entsprechenden Umsetzungsmaßnahmen. Basis aller Aktivitäten sind die Verfahren INSIGHTS MDI® und ASSESS by Scheelen®.

Die Vorteile für unsere Kunden liegen dabei auf der Hand: Sie profitieren zum einen von unseren langjährigen Erfahrungen im Change Management. Zum anderen können wir ihnen durch die strategische Bündelung von Know-how und Tools einzigartige Synergieeffekte bieten.

Mehr Infos zu unserem Dienstleistungsbereich CONSULTING by Scheelen gibt's jederzeit gern unter 07741/9694-0.

Buchtipp



■ Be charming!

Brian Tracy · Ron Arden
Frank M. Scheelen

Der Bestseller des renommierten Autorientrios zeigt Ihnen, wie Sie mit kommunikativen und sozialen Techniken Ihren Charmefaktor nachhaltig erhöhen – für mehr Erfolg.

VERKAUFS-STRATEGIEN-INDIKATOR

Dem Talent Struktur geben

Im Verkauf stößt man immer wieder auf Mitarbeiter, die von ihren Verhaltens- und Motivstrukturen her ausgezeichnete Voraussetzungen mitbringen – trotzdem aber keine Erfolge verzeichnen können. Der Grund für diese Diskrepanz liegt oftmals darin, dass ihnen einfach das Wissen über wirksame Verkaufsstrategien und deren richtigen Einsatz in verschiedenen Verkaufssituationen fehlt. Denn allein Naturtalent zu sein, genügt nicht.

Wertvolle Unterstützung bietet hier der Verkaufs-Strategien-Indikator (VSI) von INSIGHTS MDI®. Das Tool liefert dem Trainer oder Verkaufsleiter schnell und übersichtlich eine objektive Analyse über die vorhandenen Fertigkeiten und Kenntnisse im Verkauf und zeigt sowohl den



Trainingsbedarf einzelner Mitarbeiter als auch ganzer Organisationen auf. Daraus lassen sich dann individuelle Trainingsmaßnahmen ableiten oder klassische Verkaufs- sowie Präsentations- und Abschluss trainings aufbauen.

Für das SCHEELN®-Trainingsprogramm „Beziehungskompetenz – In sieben Schritten zur überlegenen Verkaufskompetenz“ ist der VSI ein hilfreicher Baustein. So kann über die INSIGHTS-Software eine Übersicht für Vertriebsgruppen erstellt werden, die den notwendigen Trainingsbedarf – zum Beispiel beim Thema Abschluss – auf einen Blick sichtbar macht. Darüber hinaus ermöglicht das Tool auch das Messen des Weiterbildungserfolges, indem es vor und nach der Maßnahme eingesetzt wird.

Wenn Sie mehr zum Verkaufs-Strategien-Indikator wissen möchten, informiert Sie Sales Director Rainer Skazel, Tel. 07741/9694-15 oder E-Mail rs@insights.de, jederzeit gern.

PERSONALIEN

Kompetenzverstärkung in Vertrieb und Marketing

Top Service für Partner und Kunden zu bieten, steht in unserem Unternehmensleitbild an oberster Stelle. Mit unseren neuen Mitarbeitern werden wir diesem Anspruch weiter gerecht.

■ Standpunkte

Auch in diesem Jahr präsentieren wir uns auf den wichtigen Messen. So waren wir unter anderem Mitte April Aussteller auf der **Personal Swiss in Zürich** und zeigen unser Leistungsportfolio sowohl auf dem **DGFP Kongress mit Messe Personal und Weiterbildung** am **14./15.06.07** in **Wiesbaden**(Q-Pool-Gemeinschaftsstand) als auch während der **SalesProf** vom **20. bis 21.06.07** in **Mainz**. Vom **07. bis 08.11.07** sind wir auf der **Personal Austria in Wien**. Für alle Messen bieten wir unseren Partnern an, ihre Kunden zu einem persönlichen Treffen auf dem Stand einzuladen. Wenden Sie sich bei Bedarf bitte an **Anne Löffler** Tel. 07741/9694-55.



Seit Anfang des Jahres verstärkt **Marcel Busch** den Bereich Marketing. Der Betriebswirt unterstützt alle Marketing- und Vertriebsaktivitäten.

Tel. 07741/9694-30

E-Mail mb@insights.de.



Ebenfalls seit 01.01.2007 hat **Sandra Heilmann** als Assistentin Director Partner Management die Vertriebskoordination einschließlich der telefonischen Betreuung von Interessenten und Partnern übernommen.

Tel. 07741/9694-50

E-Mail sh@insights.de.



Uwe Günter-von Pritzbuer ist Experte für ganzheitliche Vertriebsstrategien mit über 15 Jahren praktischer Erfahrung in Beratung, Führung und Training. Seit Mai 2007 ist der Volljurist Director Training im SCHEELEN® Consulting-Team.

Tel. 07741/9694-25, E-Mail gvp@scheelen-institut.de.



Neu im Team als Trainer ist auch **Walter Röbling**. Sein Spezialgebiet ist die ganzheitliche Vertriebsorientierung in Führung und Verkauf. Mit über 19 Jahren Erfahrung als Trainer, Berater und Coach verfügt der Diplom-Ingenieur über eine ausgezeichnete Expertise in allen Führungs- und Vertriebsthemen.

Tel. 07741/9694-25, E-Mail wr@scheelen-institut.de.

EHRUNGEN

Verleihung der SCHEELEN®-Awards 2006

Human Resource Award of Excellence 2006

Bernd Gleissner
Kasseler Sparkasse

Heidi und Wolfgang Thies
MANAGEMENT-PARTNER-TRAINING oHG,
Konstanz

Tomek Labno
Consulting Labno & Co.,
CH-Wettingen

Mag. Evelyn Poms
FOCUSON Business Consulting GmbH,
A-Unterpremstätten

Sales Training Award 2006

Ulrich Merz
People Training, Schliersee

Rookie of the year 2006

Karl Ribisch und Klaus Welser
RWO OEG, A-Wien

Claudia Kolar
AVL List GmbH, A-Graz

Congratulations!

Seit vielen Jahren sind wir durch verschiedene Projekte mit dem Beratungsunternehmen Döhlemann. Training & Beratung sehr erfolgreich partnerschaftlich verbunden. Von der Zusammenarbeit haben beide Seiten profitiert. In diesem Jahr feiert Döhlemann. Training & Beratung sein zehnjähriges Bestehen. Wir gratulieren herzlich!

Impressum

Herausgeber:
INSIGHTS MDI International® Deutschland GmbH
Klettgastr. 21 · D-79761 Waldshut-Tiengen
Telefon 07741/9694-0 · Fax 07741/969420
E-Mail info@insights.de · www.insights.de
Redaktion: Claudia Scheelen · Eva Sprockamp
Unser Servicetelefon: 0700 INSIGHTS