

Mehr Gewinn mit weniger Stress

Der Newsletter für Ihren beruflichen und persönlichen Erfolg

Selent, den 13. Dezember 2006

Liebe Leser,

die letzten Tage waren ziemlich hektisch im Büro. Mir blieb kaum Zeit für Gedanken an den Newsletter und dementsprechend mau sah es mit meinen Ideen aus. Ich habe zwar eine ständige anwachsende Liste mit Themen, über die ich (irgendwann) einmal schreiben möchte, aber es muß auch die entsprechende Lust dazu kommen. Ohne innere Anteilnahmen zu dem jeweiligen Thema tue ich mich einfach zu schwer. Das Ergebnis würden Sie sicherlich ebenfalls spüren.

Heute morgen kam mir dann die rettende Inspiration. Ein Beitrag einer Ärztin auf einem Weblog. Der Inhalt des Beitrages und insbesondere die Kommentare zeigten mir einmal wieder, wie interessant so eine Dialog-Möglichkeit sein kann, für Sie wie für Ihre Patienten. Neugierig? Sie finden mehr im team success - Gym.

Nachdem ich den letzten Newsletter versandt hatte, interessierte mich eines am allermeisten – Ihre Reaktion. Wie und welche Resonanz ich bekommen habe, und welche Schlüsse ich daraus (bisher) gezogen habe – dazu mehr unter den Persönlichen Reflektionen.

Faszinierendes gibt es diese Woche einmal in erster Linie nicht für die Augen, sondern für Ihre Ohren.

Ich wünsche Ihnen viel Freude,



herzlich willkommen zu
„**Mehr Gewinn mit weniger Stress**“

Jörg Weisner

jw@team-success.de

In dieser Ausgabe:

Teil 1: Das team success – Gym

Wissen Sie, was Ihre Kunde sich von Ihnen wünschen?

Teil 2: Persönliche Reflektionen

Die Resonanz auf meinen Nikolaus-Stiefel

Teil 3: Faszinationen

Billy Joel und Sir Elton

Teil 1: Das Dental-Gym

Wissen Sie, was Ihre Kunden sich von Ihnen wünschen?

Sie haben sich mit Ihrem Partner oder Ihrer Partnerin ein gemütliches Restaurant ausgesucht. Der Tisch für zwei Personen ist reserviert. Sie freuen sich auf diesen Abend zu zweit, auf das Essen, auf den Wein, auf die Atmosphäre.

Und dann ist es soweit, sie betreten das Lokal, der Oberkellner geleitet Sie zu Ihren Plätzen. Er fragt nach einem Aperitif, sie entscheiden sich für zwei Prosecco. Sie studieren in aller Ruhe die umfangreiche Speisekarte. Gar nicht so leicht, aus der Vielzahl an leckeren Vorschlägen das Richtige auszusuchen.

Auf die Hummercremesuppe müssen Sie genauso lange warten wie auf den Tomaten-Mozarella-Salat. Die Filet-Steaks kommen dann zwar etwas schneller, sind dafür aber nicht ganz so zart, wie Sie es erwartet hatten. Das Dessert sieht irgendwie etwas lieblos aus. O.K., aber eben lieblos.

Sie bitten um die Rechnung. Der Kellner fragt: „Hat es geschmeckt?“

Was antworten Sie ihm?

In den allermeisten Fällen werden Sie lakonisch „Ja“ sagen und „Nein“ meinen. Sie haben aber keine Lust auf große Diskussionen. Sie haben auch keine Lust, erst lange erklären zu müssen, was Sie anders gehabt hätten. In welchen Bereichen Ihre Wünsche nicht erfüllt wurden. Im großen und ganzen war es O.K., aber das gewisse Etwas hat gefehlt. Sie sind nicht vielleicht gesättigt, aber nicht zufrieden und schon lange nicht begeistert.

- Kommen Sie noch einmal hier hier? Vielleicht?
- Werden Sie dieses Restaurant weiterempfehlen? Wohl eher nicht!

Was ist schief gelaufen? Der Dialog. Es hat keine wirkliche Kommunikation stattgefunden! Die Frage des Kellners, ob es geschmeckt hat, kam routinemäßig und ohne die wirkliche Aufforderung zu einer ehrlichen und ausführlichen Antwort.

Und Ihre Reaktion war dementsprechend. Aus lauter Bequemlichkeit haben Sie einfach „Ja“ gesagt aber innerlich „nur zum Teil“ oder „Nein“ gemeint.

Insgesamt eine vertane Chance mit dem Gast und Kunden in den wirklichen Dialog zu treten. Eine Chance wie sie so oft vertan wird. Bei Ihnen in Ihrem Unternehmen mit größter Wahrscheinlichkeit wie in den allermeisten anderen Unternehmen auch.

Oder wann haben Sie sich das letzte Mal Zeit genommen, Ihre Kunden ernsthaft nach deren Meinung und deren Erfahrungen zu fragen? Wann haben Ihre MitarbeiterInnen sich mit Ihren Kunden über deren Eindrücke in Ihrem Unternehmen unterhalten. Und wenn das überhaupt stattfand, welche der Eindrücke und Schilderungen wurden an Sie weitergegeben???

Überlegen Sie bitte, wie könnten Sie den Austausch mit Ihren Kunden verstärken? Welche Fragen würden Sie ihnen gern stellen? Welches wären geeignete Momente für

solche Fragen? Wenn Sie Ideen dazu haben, lassen Sie es mich wissen. Ich gebe diese Ideen hier gern weiter, dann können alle davon profitieren.

Um den Anfang zu machen, möchte ich Ihre Aufmerksamkeit auf einen Beitrag der Ärztin Dr. Sarah Schons lenken. Sie hat gestern Abend einen sehr interessanten Artikel auf dem Weblog des Business Clubs Innovativ-in geschrieben. [Hier ist der Link zu diesem Beitrag.](#)

Das Spannende daran ist, dass Frau Dr. Schons Ihre Leser bittet, ihr mitzuteilen, was sie von der Praxis wünschen. Sie nutzt damit die typische Möglichkeit in solchen Weblogs, Kommentare abzugeben. Und die Kommentare sind es dann auch, die das Ganze so interessant machen, neben den Schilderungen der Ärztin.

So schreibt z.B. Elita Wiegand:

„Meine Wunschliste an eine innovative Ärztin:

- *ein Ganzheitsmedizin Buch*
- *Gesundheitscheck für Partner (des Business Clubs)*
- *Vorträge zu Themen wie Ernährung, Anti Aging, Meditation, Bewegung, Vorsorge*
- *Ein Gesundheitsurlaub mit Deiner Betreuung*
- *Mehr Infos (in Form eines Newsletters oder auf Deiner Webseite über Zusammenhänge Körper-Seele*
- *Einen Lach-Freude-Abend für die Seele oder die Gesundung der Seele*
- *Anti-Stress Seminar oder Vital-Training*
- *Individueller Gesundheitsplan“*

Und Ludger Freese formuliert seine Wunsch-Praxis u.a. folgendermaßen:

- *Keine Wartezeiten*
- *Persönliche Begrüßung mit Namen des Patienten*
- *Leise Räume in denen man die Gespräche aus den Nebenzimmern nicht hört*
- *Etwas mehr Mut zum Wohnlichen (nicht zu steril)*
- *Telefonischer Erinnerungsanruf am Tag des Termins*
- *Der Patient erhält am Ende eine Quittung mit der erbrachten Leistung*

Für mich ist dieses Beispiel ein Beweis dafür, wie gut sich so ein Weblog für schnelle, elegante Dialoge mit Patienten und Interessenten eignen. Sicherlich gibt es (bis jetzt) nur wenige, die tatsächlich von der Möglichkeit der Kommentare Gebrauch machen. Aber es ist ein Anfang. Es wird sich weiter entwickeln. Und es ist ein erster Schritt, zum besseren Miteinander zwischen Ihnen und Ihren Kunden.

Wann gehen Sie diesen Schritt?

Teil 2: Persönliche Reflektionen

Die Resonanz auf meinen Nikolaus-Stiefel

Fast unmittelbar nachdem ich meinen Newsletter von letzter Woche versandt hatte, bekam ich den ersten Dämpfer. Meine Partnerin Anke kam nicht auf die geschützte Seite. Sie hatte sofort auf den Link geklickt, aber nicht weitergelesen. Dann war sie vollkommen überrascht, dass sie ein Passwort eingeben sollte. Verwirrung pur!

Eine Stunde später rief mich ein Freund mit dem gleichen Problem an. Er wollte sich auch zum Nikolaus-Stiefel und kam ebenfalls nicht auf die Seite. Auch er hatte nur kurz den Link gesehen, drauf geklickt und wußte das Passwort natürlich auch nicht. Fast wie bei Harry Potter ;-)

Die einen oder anderen von Ihnen haben es dennoch geschafft, worüber ich mich sehr gefreut habe. Die versprochenen Exemplare der Job&Joy Bücher sind inzwischen auch längst bei ihren Empfängern angekommen.

Für alle anderen hier der Trost. Ich verlängere die Nikolaus-Aktion bis Weihnachten.

Sie haben also noch 11 Tage Zeit, das richtige Passwort an der richtigen Stelle einzugeben. Hier noch einmal das Passwort - diesmal vor dem Link ;-)

Achten Sie bitte darauf, die „+“ Zeichen gehören zum Passwort dazu!

+Stiefel+

Und um Ihnen auch die letzte mögliche Ausrede zu nehmen, hier ist jetzt der direkte Link zum Nikolaus-Stiefel, Sie brauchen nicht mehr den Umweg über die Startseite meines Blogs zu machen.

<http://www.team-success.de/blog/nikolaus/>

Wenn Sie es jetzt nicht schaffen, dann bin ich mit meinem Latein am Ende.

Ich bin gespannt wer es diesmal schafft!!!

Teil 3: Faszinationen

Billy Joe und Sir Elton

Die Zeiten in denen Robert Basic und ich am Rechner sitzen, könnten unterschiedlicher kaum sein. Robert ist mit seinem [basicthinking-Blog](#) momentan der meistgelesene Blogger in Deutschland. Er schreibt viele seine Beiträge mitten in der Nacht.

Wahrscheinlich legt er sich gerade schlafen, wenn ich aufwache. In der Regel setze ich mich morgens zwischen 4:30 Uhr und 5:15 Uhr ans Notebook. Die Kaffeemaschine läuft dann schon und ich werfe einen ersten Blick auf die neuesten Blog-Einträge.

Oft finde ich dann Vorschläge von Robert zu ausgewählten Musik-Videos auf YouTube. So auch heute morgen:

„diesmal was Joeliges ;)“

The Piano Man:

btw, ein uraltes Promovideo zu diesem Song, eine nicht so üble Version mit Elton und die hier hat Gänsehautfaktor, wenn nur die Videoaufzeichnung nicht so übel wär... kann auf iTunes nur die Live-Version empfehlen, genial! Studio-Musik ist öde!“

Quelle: <http://www.basicthinking.de/blog/2006/12/13/night-15/>

Wenn Sie Lust und ein paar Minuten Zeit finden, nutzen Sie die Möglichkeit, die Ihnen (und uns) YouTube bietet. Hören und sehen Sie sich das eine oder andere Video an. Es bringt neue Eindrücke und entspannt,

bis zur nächsten Woche,

Ihr

Jörg Weisner

PS: Wer würde sich über diesen Newsletter freuen? Wenn Sie ihm eine Kopie mit ein paar freundlichen Worten senden, teilen (und verdoppeln) Sie die Freude.

Vielen Dank!

Copyright © 2006, alle Rechte vorbehalten

Jörg Weisner betreut mit der team success Unternehmer, Freiberufler und ihre Teams, die mehr Gewinn mit weniger Stress erreichen wollen. Sein Coaching-Programm besteht aus vierteljährlichen Workshops, Telefon-Konferenzen, E-mail- und Telefon-Coaching sowie umfangreichen Anregungen, Checklisten, Ideen und Werkzeugen.

Sie dürfen den Newsletter „Mehr Gewinn mit weniger Stress“ gerne an Ihre Freunde und Kollegen weitersenden, vorausgesetzt, Sie lassen ihn so komplett, wie er ist. Der Autor ist Jörg Weisner. Sie können ihn erreichen über: jw@team-success.de

**Bitte empfehlen Sie diesen Newsletter Ihren Freunden und Kollegen
oder senden Sie ihn weiter.**



Wir wachsen durch Ihre Empfehlung.

Jeder kann diesen Newsletter über <http://www.team-success.de> bestellen.

Wenn Sie diesen Newsletter nicht mehr beziehen wollen, klicken Sie bitte auf den unten stehenden Link.

Wir werden Ihren Namen oder Ihre E-mail-Adresse an keine anderen Personen, Firmen oder Organisationen weitergeben.