



Training: „Marketing und Vertrieb: Unterschiede zwischen Ostmitteleuropa und Deutschland“

Der Erfolg internationaler Zusammenarbeit setzt wesentlich voraus, dass sich die Beteiligten richtig verstehen. Dabei ist das Beherrschen von **Fremdsprachen** bei Weitem **nicht ausreichend**, um den **Erfolg im Verkauf** der eigenen Produkte und Dienstleistungen und die **Verständigung** zwischen den Deutschen und Mittelosteuropäern zu garantieren.

Um mit den **Menschen aus anderen Kulturen** gut zusammenarbeiten zu können und denen erfolgreich eigene Produkte und Dienstleistungen anbieten zu können, bedarf es vielmehr einer **Kommunikation**, die die kulturelle **Andersartigkeit** (insbesondere die Mentalitätsunterschiede, die verschiedenen Werte, Glaubenssätze und Grundannahmen, Einstellungen und Normen, Bräuche und Sitten sowie Kommunikations- und Verhaltensregeln) berücksichtigt.

Verständnis und Einfühlungsvermögen in den jeweils **unterschiedlichen kulturellen Hintergrund** des Partners sind die zentrale Grundlage für gegenseitiges Vertrauen. **Vertrauen erweckt Begeisterung**. Je besser man das Fremde kennt und um seine Vorteile Bescheid weiß, desto nachhaltiger kann diese Begeisterung zum Gelingen der gemeinsamen Projekte beitragen.

Die wichtigsten kulturellen Unterschiede, die bei Begegnungen von Menschen aus verschiedenen Kulturen relevant sind, habe ich in das Wort „**INTERKULTURELL**“ zusammengefasst.

I ndividuell – *G*ruppenorientiert
N eutral – *E*motional
T hemenorientiert – *B*eziehungsorientiert
E hrlichkeit – *H*öflichkeit
R egel – *A*usnahmen
K urzzeitorientiert – *L*angzeitorientiert
U nsicher – *S*icher
L angsam – *S*chnell
T erminiert – *S*ontan
U mwege – *A*bkürzungen
R aumdistanz – *N*ähe
E hrgeiz – *H*ilfsbereitschaft
L ust – *P*flicht
L eistung – *S*tatus

Wenn Sie über die kulturellen Unterscheide zwischen Mittelosteuropa und Deutschland bescheid wissen, sowie erfahren, wie Sie mit den Auswirkungen der Unterschiede umgehen können, werden Sie bei der Kommunikation mit den internationalen Geschäftspartnern erfolgreicher. Das Wissen ist Gold wert.

Zielgruppe:

Das Training ist speziell für Unternehmen entwickelt, die im Kontakt zu den Personen mit mittelosteuropäischen Hintergrund stehen und denen erfolgreich Produkte und Dienstleistungen anbieten wollen. Es eignet sich auch für Personen, die vorhaben, Mittelosteuropa berufstätig zu sein und sich auf mittelosteuropäische Mentalität und Gegebenheiten sowie erfolgreiches Marketing und den Vertrieb vorbereiten wollen. Außerdem richtet sich das Training an Personen, die bereits in Mittelosteuropa arbeiten und einen tieferen Einblick in die kulturellen Besonderheiten und deren Hintergründe gewinnen wollen, um dank dessen ihren Erfolg im Berufs- und Privatleben zu steigern.

Seminarziele:

- Erfolgreiche Kontaktaufnahme und Beziehungspflege mit Kollegen, Lieferanten, Kunden, Partnern
- Die Zusammenarbeit mit Kontaktpersonen aus Mittelosteuropa positiv und effizient gestalten
- Wichtiges länderspezifisches Know-how und wichtige Business-Gepflogenheiten beherrschen
- Frühzeitiges Erkennen von interkulturellen Konfliktfeldern und Entwicklung von relevanten Handlungsstrategien Auseinandersetzung mit kulturell bedingten Unterschieden
- Erkennen kultureller Einflussfaktoren auf die Entscheidungsprozesse in mittelosteuropäischen Kulturraum
- Die eigene Glaubwürdigkeit im Verkaufsgespräch bei den mittelosteuropäischen Geschäftspartnern steigern
- Probleme gezielt ansprechen und lösen und die Sprache des Nutzens anwenden
- Erfolgreich verhandeln und Einwände managen können
- Erfolgreiches Netzwerken und Beziehungen pflegen

Inhalte des „Erfolgreich Verkaufen“ Trainings (Auswahl)

Einführung

- Wahrnehmung und Interpretation
- Selbstreflexion
- Stereotypen
- Selbst- und Fremdwahrnehmung
- Kultur als mentale Programmierung
- Ähnlichkeitsfalle
- Kulturschock
- Interkulturelle Kompetenz

Deutschland und Mitteleuropa

- Kulturenerkundung
- Helden, Symbole, Rituale und Werte
- Wie sehen sich die Polen selbst, wie sehen sie uns und wie sehen wir sie? (Selbst- und Fremdbilder, Stereotypisierungen, Verständnis für die Perspektiven der jeweiligen Kultur)
- Vergangene Begegnungen und historische Aspekte
- Auswirkung auf eine wirtschaftliche Zusammenarbeit
- Kulturdimensionen und Kulturstandards

Kommunikation

- Direkte vs. Indirekte Kommunikation
- Formelle vs. Informelle Kommunikation
- Konflikte lösen und vorbeugen
- Feedback geben und nehmen
- Nonverbale Kommunikation
- Telefon, Email oder Brief?
- Internetauftritt

Denk- und Verhaltensweisen

- Individualismus und Kollektivismus
- Verhältnis zur Autorität, Strukturen und Regelungen
- Patriotismus, Heimatliebe und Ethnozentrismus
- Religion und Sprache

Marketing und Vertrieb

- Die eigene Glaubwürdigkeit steigern
- Probleme gezielt nennen und lösen
- Die Bedürfnisse erfragen
- Erfolgreich präsentieren
- Einwände gekonnt managen
- Verkaufsgespräch erfolgreich abschließen
- Beziehungen und soziale Netzwerke pflegen
- Erfolgskonditionierung

Umgang mit der Zeit bei interkulturellen Projekten

- Arbeits- und Lebensrhythmus
- Zeit- und Leistungskurve
- Vorhersehbarkeit, Sicherheit und Verlässlichkeit versus Improvisation, Spontaneität und Flexibilität
- Sequenziell versus synchron
- Termine planen, vereinbaren und einhalten

Maßgeschneiderte Inhalte durch Bedarfsanalyse

Methoden:

- Übungen
- Simulationen
- Gruppenarbeit
- *Critical incidents*
- Analyse von Fallbeispielen
- Diskussionen im Plenum
- Kurzvortrag
- Erfahrungsaustausch

Ihre Trainerin:

Anna Lassonczyk zert. interkulturelle Trainerin, Dipl. Kulturwirtin, Master Facilitator. Coach.

Sie ist in Polen geboren, hat in Passau „**Sprachen, Wirtschafts- und Kulturraumstudien**“ absolviert, lebt seit 2003 in Deutschland und seit 2005 unterstützt sie international tätige Unternehmen bei der **erfolgreichen Kommunikation** mit ausländischen Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern. Sie coacht **Führungskräfte, die ins Ausland entsendet** werden (z.B. bei Bayer AG) und ist Dozentin für Interkulturelle Kommunikation an mehreren deutschen Universitäten und der IHK/ AHK im Ausland.

Erfahrungen sammelte sie bei weltweiten Konzernen und vielen internationalen Projekten in Polen, Großbritannien, Neu Seeland, Indien und Deutschland. Sie hat die mentalen Unterschiede, den Kulturschock, sowie das Einleben und Arbeiten in fremden Ländern an der eigenen Haut erfahren können. Seit 2010 leitet sie erfolgreich ihr Unternehmen in Köln. Weitere Informationen und Referenzen auf www.Intercultural-Success.de

Organisatorisches:

- Sprache: Deutsch/ Englisch/ Polnisch
- Teilnehmerzahl: 6 - 25
- Trainingsdauer: 1 bis 3 Tage
- Termin: Frühling 2016
- Ort: nach Absprache