



Wolfgang Müller

Die Geschenkidee für Ihr Unternehmen!

Erst seit Oktober auf dem Markt – und schon zum Bestseller geworden: „Vermittler trifft Kunde“ ist das perfekte Weihnachtsgeschenk für Ihre Vertriebsmannschaft!

Jetzt in der bis zum 24.12.10 befristeten Aktion auch in kleinen Bundles zum absoluten Geschenkpreis! Klicken Sie einfach auf den Schlitten:



>> Ihr Schnäppchen!
Bestellen Sie hier und profitieren Sie von den Super-Rabattstaffeln für die Weihnachts-Firmenaktion!

Buhr, Andreas

Vermittler trifft Kunde.
Strategien für ein typgerechtes Verkaufsgespräch

LexisNexis (72 Seiten)
Oktober 2010,
ISBN 978-3-89699-404-2

Editorial

Liebe Freunde der go! Akademie,
liebe Seminarteilnehmerinnen und -teilnehmer,
liebe Leserinnen und Leser,

die Endrallye eines aufregenden, arbeitsamen Jahres läuft. Überall hören wir: Der Aufschwung ist da, die Auftragsbücher sind wieder voll – aber wie geht es weiter? Wie gestalten wir die Zukunft unseres Unternehmens und unsere eigene kraft- und sinnvoll? Wie setzen wir den Schwung jetzt richtig in begeisterte und begeisternde Leistung um?

Innovation, Ideen und Impulse dafür liefert Ihnen eine einzigartige Veranstaltung, die ich Ihnen heute ans Herz legen will: Das Innovation und Marketing Forum Europe am 26./27. Januar in München – erleben Sie die internationalen Rockstars des Marketings auf einer Bühne (Seite 3).

Zukunftsstrategien vermittelte auch der 2. Leadership-Kongress des Q-Pool 100 in Frankfurt (Seite 5), auf dem ich einen Vortrag über den „Trainer der Zukunft und die Zukunft der Trainer“ hielt. Mehr dazu und einige schöne Fotos finden Sie in meinem Blog

>>Klick hier!

Zukunft gestalten, das ist die Zielsetzung der Weiterbildungsinitiative WIR SIND UMSATZ, die am 23. September 2011 mit dem nächsten Webinar-Marathon fortgesetzt wird. Die Spendensumme der diesjährigen, ersten Veranstaltung steht übrigens jetzt fest: 12.089 EUR gehen an die Stiftung „Innocence in Danger“ – die Highlights des „1. Public Learning Day“ finden Sie auf Seite 5 und die ganze Story dazu unter folgendem Link:

>>Klick hier!

Mit der Umfirmierung in eine Aktiengesellschaft, dem wachsenden go! LiveVerlag (Seite 2), dem Train-the-Trainer-Programm (Seite 8) und vielen neuen Trainingsangeboten wie den VI®-Seminaren (siehe Ausgabe 28) haben wir die go! Akademie für Führung und Vertrieb fit für die Zukunft gemacht – und gerne sind wir Ihr Partner, um Sie auch in den nächsten Jahren mit Weiterbildung, Trainings, Seminaren, Speakings, Bildungsmedien und viel Engagement in IHRE Zukunft zu begleiten.

Ihr Wolfgang Müller

Die Nikolaus-Aktion!



Das perfekte Geschenk für Sie selbst, für Unternehmer und Business-Starter, für Ihre Freunde und Mitarbeiter. Auch in größerer Stückzahl als Weihnachtsgeschenk für Firmen:

Hiermit bestelle ich verbindlich



__ Exemplare
„Das go-i-Prinzip“
zum einmaligen Nikolaus-Aktionspreis
von EUR 10,-



__ Exemplare
„Führung als Dienstleistung (er)leben“
zum einmaligen Nikolaus-Aktionspreis
von EUR 10,-

Fax an go! Akademie: 0211 – 9 66 66 52

(Vorname Name)

(ggf. Firma)

(Straße Hausnummer)

(Ort: Rechnungs- und Lieferanschrift)

(E-Mail)

(Unterschrift)

Unsere AGB finden Sie im Internet >>Klick hier!

Dr. Stefan Frädrich, der Vater von „Günter, dem inneren Schweinehund“, Bestseller-Autor und TV-Coach schreibt über das neue Buch von Wolfgang Müller: „Ob Konferenz, Präsentation oder Familienalltag: Jeden Tag versuchen wir, Menschen von unseren Ideen und Vorstellungen zu überzeugen und Verhandlungen zu gewinnen. Wolfgang Müller zeigt in seinem anregenden Buch, wie wir Menschen dauerhaft für unsere Ideen gewinnen, ohne sie zu 'besiegen' oder zu überreden. Wertebasierte Kommunikation, die beiden Verhandlungspartnern Positives bringt“.

Sichern Sie sich dieses Buch jetzt: 236 Seiten überzeugende Kommunikation – nur jetzt zum Nikolauspreis von 10,- EUR statt ~~14,90~~ EUR.



Wolfgang Müller:

Das go-i-Prinzip.
So gewinnen Sie Menschen
dauerhaft für Ihre Ideen
(236 Seiten)

ISBN: 978-3-9812161-6-5



Dieter Hohl:

Führung als Dienstleistung
(er)leben. Sieben Wachstums-
gesetze als Grundlage
für erfolgreiche Führung im
21. Jahrhundert (156 Seiten)

ISBN: 978-3-9812161-5-8

„Die Wachstumsgesetze bringen die Herausforderungen, vor denen jeder steht, der Verantwortung im Unternehmen trägt, auf den Punkt. Sehr lesenswert – und zur sofortigen Umsetzung geeignet“, so Manfred Bender, Vorstandsvorsitzender Pfeiffer Vacuum Konzern, über das Buch von Dr. Dieter Hohl.

Top-Veranstaltung



Andreas Buhr

Marketing & Innovation Forum Europe



Phil Winters



Martin Lindstrom



Andreas Buhr



Dr. Kjell A. Nordström



Prof. Manfred Bruhn

Da brennt die Luft!

Ihre Einladung zum Marketing & Innovation Forum Europe

Auf diesem Forum erleben Sie die wirklich neuen Trends in Marketing & Vertrieb

Als ich vor Jahren das erste Mal Martin Lindstrom traf – Ihnen heute sicher als einer der Top-Marketingreferenten weltweit bekannt –, war ich wie elektrisiert. Zum einen das Thema: „Buy-ology“ mit den faszinierenden Erkenntnissen der Hirnforschung: Da war Innovation, da eröffnete einer eine ganz neue Welt für Marketing und Verkauf. Zum anderen stimmte die Chemie zwischen uns von Anfang an: da geht es immer voran, da ist positive Energie und Enthusiasmus!

Nun treten wir gemeinsam auf einer Veranstaltung auf, die ich mit Sicherheit zu einer der aufregendsten und nutzenbringendsten zählen kann, die Sie jemals besuchen werden: Das

MARKETING & INNOVATION FORUM EUROPE
26. und 27. Januar 2011
Westin Grand Munich Arabellapark

Die Marketing-Rockstars auf dem Podium

Ich werde dort mit meinem Vortrag „Vertrieb geht heute anders – Re-inventing Sales“ auch mein neues Buch vorstellen: Überraschung garantiert! Außerdem auf dem Podium: Dr. Kjell A. Nordström, der Rockstar unter den Management-Denkern („Funky Business Forever“), Prof. Manfred Bruhn, einer der großen Marketing-Professoren, und Phil Winters, Vordenker im Bereich Sales und Kundenbindung. Alle Informationen finden Sie unter folgendem Link:

>>Klick hier!

Eine sinnvolle Investition – mit großem Frühbucherrabatt!

Bis zum 17.12. profitieren Sie vom exklusiven Frühbucherrabatt der go! Akademie: Statt 1.350 EUR*) kostet Sie die Karte nur 1.090 EUR*) für die vollen 2 Tage! Buchen Sie jetzt – einfach per Anruf oder Mail an Annika Ostwald, A.Ostwald@go-akademie.com, Tel: 0211 – 9 66 66 45 oder

>>Klick hier!

Ich freue mich, Sie persönlich in München auf diesem absolut einzigartigen Event begrüßen zu können,

Ihr Andreas Buhr

*) Preise zzgl. MWST



Das go-i-Prinzip

Erleben Sie Andreas Buhr live

SALESMASTERS

→ SALESFORUM der SALESMASTERS & Friends, 28. Mai 2011, Köln

Sichern Sie Ihren Vertriebs Erfolg mit neuen, kreativen Impulsen – erleben Sie Deutschlands Vertriebsexperten gemeinsam auf einer Bühne!



Jörg Löhr:
Faszination Verkauf –
Erfolgsfaktor Persönlichkeit



Dirk Kreuter:
Guerilla Akquise –
Verkaufen im Grenzbereich



Martin Limbeck:
Nicht gekauft hat er schon –
So denken Top-Verkäufer



Klaus-J. Fink:
Empfehlungsmarketing –
Königsweg der Neukundengewinnung



Andreas Buhr, „die Umsatz-Maschine“:
Führung und Vertrieb:
Erfolgsprinzipien für mehr Umsatz!



Prof. Dr. Jörg Knoblauch:
Die besten Mitarbeiter finden und halten



Joachim Rumohr:
Erfolgreich(er) mit Warmakquise – Wie Sie mit XING zu neuen Kunden und Aufträgen kommen

Sichern Sie sich Ihre Karte [->> Klick hier!](#)

... und vertiefen Sie Ihr Wissen als Sales Master!
Mit dem wertvollen Buch „Das Sales-Master-
Training“. Alle Infos hier: [->> Klick hier!](#)



Buhr, Christiani, Detroy, Fink,
Frädriich, Kreuter, Limbeck

Das Sales-Master-Training –
Ihr Expertenprogramm für
Spitzenleistungen im Verkauf

2., erweiterte Auflage,
Gabler, 267 Seiten,
EUR 44,95

PS: Buchen Sie bis zum 31.12.10 Ihre SALESFORUM-Karte – dann erhalten Sie das Buch „Das Sales-Master-Training“ dazu als Geschenk!

Das go-i-Prinzip: Gemeinsam mehr gewinnen in (Business-) Verhandlungen

Ob Business oder Privatleben: Häufig laufen Auseinandersetzungen nach dem gleichen Muster ab: Beide Parteien kommen zusammen und stecken nach unterschiedlichen Modellen ihre Grenzen ab. Sie haben sich vorbereitet – und zwar zum Ablehnen und zum Mauern: Sie haben ihr Contra für das Pro des Gegenübers bereits im Vorfeld gut einstudiert. Nun stoßen sie in einem Feuerwerk aus Rhetorik und Daumenschrauben zu, um die Diskussion in ihrem Sinne abschließen können. Die Argumente des Gegenübers, seine Ziele und Wünsche, werden nicht selten nur pro forma gehört – um sie dann geschickt zu widerlegen, ihre Schwachstellen aufzudecken oder sie der eigenen Argumentationskette einzuverleiben. Die Wertschätzung des Gegenübers steht und fällt mit dessen taktischem Geschick.

Verstehen kommt vor Verständnis

Das ist aber weniger smart, als es zu sein scheint: Keine Seite profitiert davon wirklich! Denn es geht sehr viel Information verloren, die für beide Seiten wertvoll sein könnte, wenn sie nur ihre Perspektive erweitern würden!

Die Inhalte bleiben oft auf der Strecke und auch mit dem Wunsch, den anderen zu verstehen, ist es nicht weit her: Was ist mein Gegenüber für ein Mensch? Was kann ich an meinem Gesprächspartner wertschätzen? Was finde ich gut an ihm? Was kann ich auch an seiner Einstellung und seiner Position wertschätzen? Wo steht er? Was will er überhaupt vermitteln? Was reizt ihn an dem von ihm vertretenen Punkt? Was bedeutet es für ihn, wenn er sein Ziel erreicht? Welchen Stellenwert hat das Erreichen dieses Zieles für ihn? Und: Was könnte es für Gründe geben, dass er mir folgt? Wie könnten unsere Ziele zusammenpassen? Was kann ich ihm bieten, damit auch er seine Ziele erreicht?

Gefühle und Unterstellungen prüfen

Die Ziele Ihres Gegenüber unterstellen oder errahnen Sie meist nur und haben im Stillen oft eine vorgefertigte Meinung dazu parat: „Der ist sowieso nicht meiner Meinung!“, „Der hat in Wahrheit ein ganz anderes Ziel, der verbirgt doch was...“, „Die hat ja doch nur ihren eigenen Vorteil im Kopf!“ und: „Ich weiß es: Das wird nichts mit uns beiden!“

Viele Gespräche beginnen mit dieser oder einer vergleichbaren Grundstimmung und somit mit Angst auf beiden Seiten. Wenn Sie sich aber antrainieren, etwas genauer hinzusehen, nachzufragen und zuzuhören, werden Sie oft Erstaunliches entdecken: nämlich hilfreiche Gemeinsamkeiten!

>> weiter auf Seite 5

Das go-i-Prinzip



Leadership-Kongress 2010

Zukunft (er)finden: das war das Thema des 2. Leadership-Kongresses des Q-Pool 100 am 12.11.2010 in Frankfurt/Main. Einige Impressionen finden Sie hier – lesen Sie weiter im Blog von Wolfgang Müller

[>> Klick hier!](#)



Verbindende Gemeinsamkeiten suchen

- Auch unterschiedliche Ziele können inhaltliche Gemeinsamkeiten haben – eine gemeinsame übergeordnete Idee vielleicht. Beispiel: Beide Partner möchten, dass die Umweltbelastung in einer bestimmten Region langfristig gesenkt wird. Oder dass das Betriebsklima sich bessert. Sie haben ein gemeinsames positives Ziel, sie haben nur unterschiedliche Vorstellungen, wie dieses Ziel erreicht werden sollte.
- Auch Partner in unterschiedlichen Verhandlungspositionen können emotionale Gemeinsamkeiten haben. Beispiel: Beide Partner möchten das Problem im Konsens lösen. Beide Partner sind sportliche Verhandler und haben im Gespräch Freude an einer etwas zackigeren Gangart und schnellen Wortwechseln.
- Auch auf unterschiedlichen Wegen ergeben sich Berührungspunkte und Synergieeffekte. Beispiel: Beide Verhandlungspartner sind in der Sache unterschiedlicher Meinung, wünschen sich aber grundsätzlich mehr Kooperationsmöglichkeiten in der von beiden Firmen besetzten Branche oder Marktnische.

Haben Sie eine solche Gemeinsamkeit mit Ihrem Gegenüber gefunden, geht es im Idealfall nicht mehr nur noch um das Erreichen des eigenen, sondern auch um das Erreichen des gemeinsamen Zieles.

Dieser Impuls stammt aus dem Buch „Das go-i-Prinzip. Wie Sie Menschen dauerhaft für Ihre Ideen gewinnen“ von Wolfgang Müller. Mehr zu diesem Buch finden Sie auf Seite 2 hier im Coachingbrief oder über folgenden Link: [>>Klick hier!](#)



WIR SIND UMSATZ – die Highlights

Waren Sie Teilnehmer am ersten 24-h-Vertriebs-Webinar mit Charity WIR SIND UMSATZ?

Jetzt lieferbar: die Highlights aus dem Programm!

Die DVD vom 24. September 2010
(ca. 18 Stunden Laufzeit)

- 129,- Euro (einzeln)
- 299,- Euro (im 3erPack)
- 799,- Euro (im 10er Pack)

Für eine Bestellung klicken Sie bitte auf diesen Link:
[>>Klick hier!](#)



Unser Gastautor: Hugo M. Kehr



Hugo M. Kehr

Unser Gastautor für Sie:

Prof. Dr. phil. Hugo M. Kehr lehrt an der Technischen Universität München. Seine Forschungsgebiete: Motivation, Volition und Selbstregulation, Führung, Selbstmanagement.

Als Berater ist er darauf spezialisiert, in Unternehmen bereits verwendete Personalführungsinstrumente mit wenig Aufwand so zu erweitern, dass sie allen drei Komponenten der Motivation Rechnung tragen: So bei Personalauswahl, Mitarbeitergespräch, Zielvereinbarungsprozessen mit Balanced Scorecard und internen Coaching-Maßnahmen.

<http://www.kehrmc.de>

Motivation in Veränderungsprozessen: mit Kopf, Bauch und Hand

Unternehmen müssen Wandel, Change, durchlaufen, um zukunftsfähig zu bleiben. Doch dieser Wandel stößt auf viele motivationale Barrieren, denen es auf 3 Ebenen zu begegnen gilt.

Wandel erzeugt Angst vor Veränderung

Negative Emotionen, mehr noch als fehlende Ziele oder mangelnder Umsetzungswillen, sind die stärksten Hemmnisse für Wandel in Unternehmen: Handfeste Ängste, ein schlechtes Gefühl oder Unlust, die zu schaffen machen. Angst etwa davor, Gewohnheitsrechte oder gar den Arbeitsplatz zu verlieren. „Bauchschmerzen“ aufgrund einer ungewissen Zukunft oder der Unlust, mit ungeliebten Konkurrenten nun in einem Boot sitzen zu müssen. Solche Motivationsbarrieren sitzen tief und lassen sich durch Zielvereinbarungen allein nicht beseitigen. Studien, die von unserer Arbeitsgruppe in verschiedenen Unternehmen und Branchen durchgeführt wurden, zeigen, dass es bei Change-Prozessen vor allem auf die emotionalen Aspekte ankommt: Der emotionale Faktor spielt auf allen Hierarchieebenen eine zentrale Rolle!

Ja, es gibt schon Change-Manager, die verstanden haben, wie wichtig Emotionen und Gefühle sind – und dass sie gerade hier ansetzen müssen, um erfolgreich Wandel voranzutreiben. Nur bleibt es bislang ihrer Intuition und ihrem Einfühlungsvermögen überlassen, ob sie diese emotionalen Barrieren frühzeitig erkennen und dann auch angemessen darauf eingehen. Oft fehlt es an einem Konzept, an einem Instrument, um Widerstände emotionaler Natur systematisch zu betrachten und anzugehen.

3K: die drei Komponenten der Arbeitsmotivation

Drei Komponenten bestimmen den Ausprägungsgrad der (Arbeits-) Motivation: In der Fachsprache heißen sie explizite (selbst eingeschätzte) Motive, implizite (unbewusste) Motive und subjektive Fähigkeiten. In der Beratungspraxis stehen dafür die Metaphern „Kopf“, „Bauch“ und „Hand“.

„Kopf“ meint die rationalen Absichten, unsere Ziele und die Bereitschaft, Wandel mitzutragen.

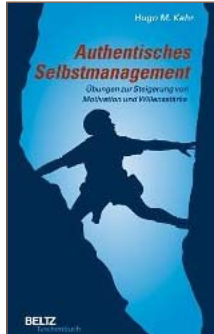
„Hand“ repräsentiert die Fähigkeiten, das Wissen und die Erfahrungen, die der Change-Prozess verlangt.

„Bauch“ steht für den emotionalen Bereich – die Hoffnungen, oft unbewussten Bedürfnisse und Motive, die es zu wecken gilt, aber auch für die Ängste.

>> weiter auf Seite 7

DER COACHINGBRIEF

Unser Gastautor: Hugo M. Kehr



Kehr, Hugo M.

Authentisches Selbstmanagement: Übungen zur Steigerung von Motivation und Willensstärke

Beltz, 2008
ISBN 978-3-4072262-2-8
EUR 16,95

Wir haben dafür das so genannte 3K-Modell entwickelt, das besonderen Augenmerk neben den rationalen Änderungszielen auf emotionale Prozesse legt. Studien haben wiederholt gezeigt, dass diese drei Komponenten in jedem Change-Prozess eine zentrale Rolle spielen und dass sie dabei unabhängig voneinander sind: Ob jemand etwas für wichtig erachtet (Kopf), ob er es gut kann (Hand) und ob er es gern tut (Bauch), ist keinesfalls dasselbe. Intrinsische Motivation entsteht, sobald Kopf und Bauch übereinstimmen. Hier unterstützen die eigenen Motive und Bedürfnisse die Ziele und vernunftbestimmten Absichten. In diesem erfüllten Zustand hat man das Gefühl, die Motivation komme aus der Sache selbst. Es braucht keine weiteren Anreize, um bei der Sache zu bleiben und sie gut zu machen. Fehlt diese Übereinstimmung, fehlt auch das Gefühl des Erfülltseins. Man muss sich oft überwinden, etwas zu tun. Das benötigt Willenskraft und ist anstrengend. Der motivationale Idealzustand ist erreicht, wenn alle drei Komponenten gleichermaßen erfüllt sind. Das ist in der Praxis allerdings nur selten der Fall.

Das 3K-Modell im Praxiseinsatz

Bei den meisten Change-Prozessen in komplexen Organisationen liegen die Gründe für Motivationsdefizite und die daraus resultierenden Widerstände in unterschiedlichen Bereichen. Dazu ein Fallbeispiel: Um das umfangreiche Wissen seiner Experten zu sichern, besser zu verwalten und Doppelarbeiten zu vermeiden, entscheidet sich ein großer deutscher Elektronikkonzern für die Einführung eines neuen Systems zum Wissensmanagement. Anfangs wird es gut angenommen. Aber bald schon sinken die Wachstumsraten der Nutzungsintensität bedenklich. Ein Projektteam soll Abhilfe schaffen und die nötige Akzeptanz gewährleisten. Hier hat die Anwendung des 3K-Modells Folgendes zutage gefördert: In den ausländischen Niederlassungen des Konzerns liegen die Gründe für die mangelnde Akzeptanz vor allem an fehlenden Fähigkeiten und Fertigkeiten, also an der Komponente „Hand“: Dafür sollte in entsprechende Schulungen investiert werden. Große Teile der deutschen Angestellten wiederum benutzen das neue System nur widerwillig, weil sie bezweifeln, dass es Vorteile mit sich bringt. Denn gegenwärtig sieht alles nach einem Mehr an Formalismus und an Arbeit aus. Hier fehlt es bei der Komponente „Kopf“ – und es würde sich daher eine verstärkte argumentative Überzeugungsarbeit empfehlen, verbunden mit dem Beweis, dass keine zusätzlichen Arbeitsstunden dafür anfallen. Die leitenden Ingenieure im Stammhaus des Unternehmens allerdings sind vom Nutzen des neuen Systems überzeugt und sie haben die Fähigkeiten, damit umzugehen. Aber sie befürchten durch die Einspeisung ihres Fachwissens den Verlust ihres mühsam erworbenen Expertenstatus. Die Ursache für den Widerstand liegt hier an der Komponente „Bauch“! In dem Fall könnten Instrumente helfen, mit denen sich die Urhebererschaft von Ideen nachvollziehen lässt oder die es nur bestimmten Expertenkreisen erlauben, in den inneren Kreis der Entscheider vorzudringen.

>> weiter auf Seite 8

Unser Gastautor: Hugo M. Kehr

Motivation for Change

Die Frage ist: Wie lässt sich das Thema Motivation nach dem 3K-Modell sinnvoll in den Verlauf eines Veränderungsprozesses integrieren? Einen Ansatz dafür bietet das Konzept „Motivation for Change“ mit vier Phasen:

Prozessbegleitende Führungstrainings

Rückmeldung der Befragungsergebnisse & sukzessive Entwicklung geeigneter Unterstützungsmaßnahmen

Computergestützte Analyse der bestehenden Motivation sowie der Motivationshemmnisse

Entwicklung einer gemeinsamen Vision, der „Vision for Change“

Das 3K-Modell lässt sich ohne Schwierigkeiten mit den gegenwärtig praktizierten Motivationsansätzen eines Unternehmens verbinden, ohne diese zu verdrängen. Vereinfacht gesagt reicht es zumeist, die bestehenden Konzepte um den emotionalen Bereich, den „Bauch“, zu vergrößern. Auf diese Weise lassen sich die bei einem Unternehmen bereits verwendeten Personalführungsinstrumente mit wenig Aufwand so erweitern, dass sie nunmehr allen drei Komponenten der Motivation Rechnung tragen.

Ihr Hugo M. Kehr

Impressum

Herausgeber (V.i.S.d.P.): Andreas Buhr, Wolfgang Müller
go! Akademie für Führung und Vertrieb AG
Grafenberger Allee 115 - 117, D-40237 Düsseldorf
Telefon: +49 (0) 211 / 9 66 66 45
Telefax: +49 (0) 211 / 9 66 66 52

E-Mail: info@go-akademie.com
Internet: www.go-akademie.com

Redaktion, Gestaltung, Produktion: Dr. Christiane Gierke
text-ur text- und relations agentur, Köln, www.text-ur.de.

Führung und Vertrieb: go! Der Coachingbrief erscheint zweimonatlich als Kundeninformations- und Beratungsdienst der go! Akademie für Führung und Vertrieb. Alle Informationen sind nach bestem Wissen und Gewissen recherchiert, aufbereitet und vermittelt. Eine Haftung oder Gewährleistung wird seitens der Redaktion nicht übernommen. Dies gilt insbesondere für die sachgemäße und unsachgemäße Nutzung der dargestellten Informationen, Strategien, Tipps und Wirtschaftsnachrichten sowie für die Informationen Dritter und für Verweise auf Internet-Sites. Für den Inhalt aufgeführter Internet-Sites sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Copyright: Führung und Vertrieb: go! Der Coachingbrief und alle darin enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne schriftliche Zustimmung des Herausgebers unzulässig.

Bitte kontaktieren Sie uns, wenn Sie Teile (Texte, Abbildungen, Ideen) von Führung und Vertrieb: go! Der Coachingbrief veröffentlichen, zitieren oder vervielfältigen möchten. Bei rechtskonformer Verwendung und vollständiger Zitierung der Quelle Führung und Vertrieb: go! Der Coachingbrief stehen wir dem unter der Erfordernis der Einholung unseres schriftlichen Einverständnisses offen gegenüber.

Bild- und Logonachweis: Bilddatenbanken, go! Akademie, Veranstaltungs-Websites, S. 5: Ch. Gierke, www.text-ur.de, S. 6 und 7: Prof. Dr. H. M. Kehr.

Redaktionelle und Presse-Anfragen bitte an redaktion@text-ur.de.
Führung und Vertrieb: go! Der Coachingbrief erscheint im

go! LiveVerlag

Letzter kostenloser Info-Abend 2010 zur Train-the-Trainer-Ausbildung!

Vielleicht spielen Sie mit dem Gedanken, im nächsten Jahr eine Trainer-Ausbildung zu beginnen, sind sich aber noch nicht ganz sicher, welche die richtige für Sie ist? Vielleicht haben Sie von unserem Train-the-Trainer-Programm gehört und fragen sich, wie Sie konkret von der Basisausbildung profitieren können?

Dann nutzen Sie den letzten kostenlosen Info-Abend in 2010 für sich!

**16. Dezember 2010, 18.00 – 21.00 Uhr
in der go! Akademie für Führung und Vertrieb AG,
Grafenberger Allee 115-117, 40237 Düsseldorf**

Lernen Sie die Ausbilder und den Cheftrainer kennen und kommen Sie mit anderen Interessenten und TTT-Absolventen ins Gespräch!

Rufen Sie einfach an unter 0211 – 966 66 45 oder senden Sie uns eine Mail mit Ihrem Teilnahmewunsch an:

ttt@go-akademie.com

Infos zur Trainer-Ausbildung: **www.go-akademie.com/ttt**