

Inhaltsverzeichnis

1	Grundlagen des Coachings von Mitarbeitern	1
1.1	Herkunft und Verwendung des Begriffs „Coaching“	1
1.2	Methoden zur Perspektivenerweiterung im Coaching	5
1.2.1	Fragen	5
1.2.2	Änderung der subjektiven Erklärung	6
1.2.3	Umdeutungen	7
1.2.4	Einstreuen von Ideen	7
1.2.5	Analoge Verfahren	7
1.2.6	Feedback	8
1.2.7	Fokussieren und Widerspiegeln	9
1.2.8	Aktives Zuhören und Koppeln	10
1.3	Ablauf eines Coachinggesprächs: Das GROW-Modell von Whitmore	11
1.4	Grundbedingungen für ein erfolgreiches Coaching	14
1.5	Grenzen des Coachings durch den Vorgesetzten	15
1.5.1	Stärken und Schwächen eines Mitarbeitercoachings durch den Vorgesetzten	15
1.5.2	Rahmenbedingungen für Führungskräfte beim Coaching ihrer Mitarbeiter	17
2	Beobachtungen zum Coaching von Mitarbeitern im persönlichen Verkauf	19
2.1	Wesen und Besonderheiten des persönlichen Verkaufs	19
2.2	Beobachtungen zu Varianten des Coachings von Mitarbeitern	20
2.2.1	Variante 1: Die Führungskraft zeigt dem Mitarbeiter, wie es richtig geht	21

2.2.2	Variante 2: Die Führungskraft und der Mitarbeiter verkaufen gemeinsam	22
2.2.3	Zusammenfassung der Beobachtungen.	22
3	Anleitung für ein Coaching von Mitarbeitern im persönlichen Verkauf.	25
3.1	Ein Mustervorgehen für die Coachingarbeit.	25
3.1.1	Der Musterprozess im Überblick	25
3.1.2	Empfehlungen für die 1. Phase: die individuelle Vorbereitung des Mitarbeiters.	26
3.1.3	Empfehlung für die 2. Phase: das Vorgespräch zwischen Mitarbeiter und Führungskraft	26
3.1.4	Empfehlungen für die 3. Phase: die Beobachtung des Verkaufsgesprächs durch die Führungskraft.	27
3.1.5	Empfehlungen für die 4. Phase: die Selbsteinschätzung des Mitarbeiters nach dem Gespräch	28
3.1.6	Empfehlungen für die 5. Phase: ergänzende Rückmeldungen durch die Führungskraft.	29
3.1.7	Empfehlungen für die 6. Phase: die Konkretisierung der Erkenntnisse und der nächsten Schritte	29
3.1.8	Empfehlungen für die 7. Phase: das Feedback zum Coaching und der Abschluss.	30
3.2	Wie der notwendige Rollenwechsel gelingt.	31
3.3	Wie aus einzelnen Coachinggesprächen ein Entwicklungsprozess wird	32
4	Abschließende Anmerkungen	35
4.1	Schlussfolgerungen.	35
4.2	Fragen zur Selbstreflexion für die Führungskraft im Vertrieb	36
Literatur.		39