

Motivationsstraining oder Motivation: Training?

Katrin Seidel



Wer kennt sie nicht, die ewige Klage: Zu wenig Motivation!

- + Aufgaben werden lustlos abgearbeitet
- + kaum Interesse an zusätzlichen Aktivitäten
- + zu wenig Engagement

Meist bleibt nur die Forderung,

denn

- + wer weiß schon genau, was Motivation ist und
- + wie sie funktioniert?

Jetzt muss ein Motivationstraining her! –

331.000 Einträge unter Google

- + Motivation die bleibt + Wir sind, was wir denken +
Du schaffst, was du willst + Erfolg entsteht im Kopf
+ ... + Die Formel für Erfolg +

Die Versprechen:

1 Tag, an dem Sie endlich

- + Ihre Stärken und Lebensaufgaben entdecken!
- + lernen, die Kraft Ihrer Gedanken zu aktivieren und für sich einzusetzen!
- + Erkenntnisse gewinnen, die Ihr Leben verändern und Ihre Karriere fördern!

Was gibt es denn da am Markt?

- + Höller, Enkelmann, Tracy, Gates, Sieber, Schmidt
- + Motivationstag 2009, Meistersingerhalle Nürnberg
- + glühende Kohlen, Massenveranstaltungen,
„Einzelverunsicherung“

Liebe Mitarbeiter/innen,

herzlich laden wir Sie zu unserem Motivationstraining
am ... in das Hotel ... am ... ein.

Ihre Geschäftsleitung

Irrtum Nr. 1



Die einen sind eben motiviert, die anderen nicht.

Annahme:

+ Motivation ist eine Persönlichkeitseigenschaft

Aussagen:

+ Jeder Mensch ist zu jeder Zeit motiviert.

Die Frage ist nur: Wozu?

+ Jeder hat einen Bereich, in dem er sich engagiert.

Irrtum Nr. 2



Motivation ist Manipulation

Annahme:

- + Führungskräfte brauchen ein paar Tricks kennen und anwenden

Aussagen:

- + Im Gegenteil. Grundlagen sind Möglichkeiten der Entwicklung, Fairness und Glaubwürdigkeit

Irrtum Nr. 3



Nichts motiviert besser als Geld

Annahme:

+ Wer motivierte Mitarbeiter will, muss immer mit dem Geldschein locken.

Aussagen:

+ An nichts gewöhnt man sich schnell, wie an ein gutes Gehalt.

Motivation



- + lat. „movere“ = bewegen
- + Ist-Zustand zum Soll-Zustand
- + Warum? – Grund: Motiv
- + Motiv – Verhalten – Ziel
- + 2 Hauptantriebsfelder
 - ▶ von etwas weg, was Angst / Schmerz bereitet
 - ▶ auf etwas zu, was Freude / Spaß / Lust / liebe bereitet

Praxisbeispiel



Mitarbeiter eines Inbound-Centers erhalten

Aufgaben wie z. B.:

- + ein Lösungsangebot mit zusätzlichen Kosten für den Kunden unterbreiten
- + Kunden ein zusätzliches bzw. ergänzendes Produkt anzubieten
- + in einem Outboundprojekt zu telefonieren
- + Neukunden zu akquirieren

Reaktionen der MA



- + „Das kann ich nicht!“
- + „Ich bin kein Verkäufer / Outbouncer!“
- + „Und genau das wollte ich eben nicht machen!“
- + „Ich will keinen über den Tisch ziehen!“
- + „Ich sehe mich da schon sitzen, wie ich mir ein „Nein“ nach dem anderen einhole.“
- + „Da werde ich nur an den Zahlen gemessen!“

Beobachtungen FK

- + die Teamstimmung sinkt
- + die Krankenquote steigt
- + misstrauische Gesichter
- + lange Nachbearbeitungszeiten
- + falsche Produktauskünfte
- + Nichteinhaltung der Anweisung
- + schnelles, undeutliches Sprechen



Antwort MA



- + „Der hatte es eilig.“
- + „Der war schon so genervt, den konnte ich nicht mehr weiterleiten.“
- + „Da habe ich schon gemerkt, dass er nicht daran interessiert ist. Der klang schon so.“
- + „Das wäre für den sowieso zu teuer gewesen.“
- + „Die meisten Kunden wollen das nicht, die sagen sowieso *nein*.“

Motiv – Verhalten - Ziel



Verhalten wird beobachtet

Ziele der Mitarbeiter:
Weniger bis keine Eigenverantwortung
Abwehr

Was sind die Motive?

Motive



Entstehen aus: **Bedeutung und Emotion**

Bedeutung:

+ Zusammenstellung und die Art der Verknüpfung von Informationen

Emotion:

+ ist die dabei entstehende gefühlsmäßige Beteiligung.

Diese bedingen einander / prägen unser Ziel / dementsprechend unser Verhalten

Bedeutung der Aufgabe für die eigene Wahrnehmung



Sind Fragen wie:

- + Mit welchen anderen Informationen verknüpft er seine Information?
- + Welche Emotionen werden ausgelöst?

Was passiert? Framing!



- + Informationen werden in einen individuellen Rahmen gesetzt.
- + Die Art und Weise, wie Informationen gegeben werden, haben Einfluss auf den Rahmen.
- + Glaubenssätze und Vorannahmen fließen ein und
 - ▶ bestimmen, was in einem bestimmten Kontext ist und was nicht.
 - ▶ hindern oft daran, neue Ideen zu entwickeln.
 - ▶ entscheiden über Lösung bzw. nicht lösbar.

Was nun?



MOTIVATIONSTRAINING?

ODER WAS ...



„Wir wissen zwar nicht wohin wir wollen – aber das mit ganzer Kraft ...!“

Mark Twain

Grundlagen:



Motivation Training

+ ist kein Selbstzweck

▶ Ziel: Verbesserung der Leistungsfähigkeit des Unternehmens im Rahmen der strategischen Ziele

+ Planung und Begleitung ist kontinuierliche Führungsaufgabe

▶ Ziel: Menschen entwickeln, fördern und motivieren

+ muss im Rahmen des Budgets so individuell wie möglich fördern

Veränderungsarbeit ist



- + Glaubenssatzarbeit
- + Entwicklung von Wahrnehmungsqualitäten
- + Entwicklung von Fertigkeiten
- + Herausfiltern und verändern von Strategien
- + Entwicklung von Eigenverantwortung
- + Kombination von Einzelbausteinen

Bedingungen

- + Vertrauen
- + Rückendeckung
- + Transparenz
- + Konsequenz
- + Nachhaltigkeit



Vorarbeit



- + weiter denken und Ziel konkretisieren
- + gute Planung ist die halbe Miete
- + interne Kommunikation und Prozesse berücksichtigen.
- + Zeitrahmen und Zeit nehmen
- + Integration in bisherige Maßnahmen
- + Motivation: Abschluss!
- + Ergebnis: Motivation des Prozesses im Auge behalten

Einzelbausteine

- + lösungsorientiertes Einzelcoaching
- + Training á la Salami
- + Coaching on the Job
- + Zielvereinbarungsgespräche
- + Führungstraining
- + Mitarbeitergespräche
- + Mystery Calls



Praxisbeispiel für 30 MA



1. Mystery Calls mit Kurzfeedback durch den Mystery Caller

+ 8 pro Monat

2. Auswertung von Livegesprächen mit den Mitarbeitern

+ 10 pro Monat

3. Mitarbeiter Coaching on-the-Job

+ 1,5 Tage pro Monat

Praxisbeispiel für 30 MA



4. Lösungsorientiertes Einzelcoaching

+ 1 Tag pro Monat

5. Training

+ 4 Stunden pro Monat (à 4 Gruppen)

6. Mitarbeitergespräche durch die Führungskraft

+ 1 x im Quartal (Schritt 1: Training; Schritt 2: Supervision)

7. Reporting Qualitätssicherung – ein kurzer Bericht

+ monatlich

Praxisbeispiel für 30 MA



8. Quality-Meeting

+ vierteljährlich

9. Führungskräfteentwicklung

- + Training, Supervision und lösungsorientiertes Einzelcoaching, denn FÜHREN
- ▶ ist beabsichtigte und zielorientierte Verhaltensbeeinflussung von MA
- ▶ ist methodisch betrachtet geplante und kontrollierte Einflussnahme auf Andere und deren zukünftige Kompetenzentwicklung
- ▶ hat in erster Linie mit Rollenklarheit und Kommunikation zu tun

Ergebnisse Praxis 2 Jahre



- + deutlicher Rückgang der Krankenquote
- + Rückgang der Fluktuation, gute Teamstimmung
- + Verringerung der Gesprächs- und Nachbearbeitungszeiten
- + kundenverständliche Produktauskünfte (Beratung)
- + internes Forum für Verbesserungen und Innovation
- + erste anerkannte Abschlüsse
- + Mitarbeiterbefragung: Motivation von 3 auf 9

bfkm
fingerhut + seidel



Fragen????

Vielen Dank
sagt Katrin Seidel

bfkm fingerhut + seidel
philipp-müller-str. 9 · 06110 halle/saale
tel 0345 68 23 90 · kontakt@bfkm-halle.de
www.bfkm-halle.de