

Kommunikation im Projekt

Ziele:

Die Teilnehmer

- analysieren die Situation im Projekt,
- definieren Zielgruppen mit ihrem jeweiligen Informations- und Kommunikationsbedarf,
- unterziehen die bisherige Form der Projektkommunikation einer kritischen Analyse,
- wählen Methoden und Inhalte, die dem Anspruch der empfängerorientierten Kommunikation entsprechen,
- klären die Kommunikationsaufgaben im Projekt,
- definieren die Ansprechpartner und deren Kommunikationsbedarf,
- schärfen das Bewusstsein im Umgang mit der Sprache,
- diskutieren Kernpunkte einer guten schriftlichen Kommunikation
- können Körpersprache (Gestik, Mimik) deuten und gezielt einsetzen,
- üben grundlegende Methoden und Techniken der Rhetorik für die Projektkommunikation,
- kennen die Bedeutung der Visualisierung und können sie effektiv einsetzen,
- können verschiedene Präsentationsmedien gezielt einsetzen,
- erfahren verschiedene Gestaltungsformen für ansprechende Präsentationen,
- diskutieren und entwickeln geeignete Instrumente des Projekt-Marketings,
- lernen, Gruppen effektiv und erfolgreich in der Präsentation zu steuern,
- können in spontanen Situationen überzeugend präsentieren (small talk),
- verstehen die Bedeutung der Dramaturgie in der überzeugenden Projektkommunikation,
- entwickeln Kommunikationsinstrumente für unterschiedliche Projektsituationen.

Inhalt:

Sie werden individuell und absolut bedarfsgerecht mit dem Teilnehmer / dem Auftraggeber abgestimmt.

Betrachten Sie die beschriebenen Inhalte daher bitte als Anregung.

Kommunikation im Projekt

- Anforderungen an die Kommunikation
- Zielorientierte Kommunikation
- Besonderheiten im Projekt
- Schriftliche und mündliche Kommunikation
- Instrumente der Kommunikation
- Effektive Besprechungen
- Kommunikation im Team
- Effektive Standards

Projekt-Marketing

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Was ist Projekt-Marketing? • Ziele des Projekt-Marketing • Betroffene zu Beteiligten machen • Instrumente des Projekt-Marketing • Ansprechpartner und Multiplikatoren • Beziehungs-Management • Die spezielle Situation beim Kunden • Vorteile, Nachteile, Risiken |
|---|

Präsentationstechniken um zu überzeugen
--

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Was unterscheidet Rhetorik und Präsentation? • Anlässe für Präsentationen • Was erwarten die Empfänger? • Zielsetzung der Projekt-/Prozess-Präsentation • Analyse der Adressaten der Präsentation • Die vier Phasen der Präsentation: Planung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung • Rolle und Aufgabe der präsentierenden Person • Einbinden anderer Gruppenmitglieder als Co-Präsentatoren • Aspekte des Pyramid Thinking • Präsentation im Team • Ausgewählte Medien und Techniken bei einer Präsentation • Wichtige Aspekte der Visualisierung • Das eindrucksvolle Fazit • Stegreifrede |
|--|

Teilnehmer: Projektleiter, Projektmitarbeiter, Mitarbeiter betroffener Fachbereiche.

Dauer/Termin: Das Seminar dauert 2,0 Tage, jeweils 9:00-17:00 Uhr.

Methode: Wechsel zwischen Erfahrungsaustausch, Lehrgespräch, Kleingruppenarbeit sowie praktischen Übungen, Rollenspiele, Diskussionen

Dozent: Diplom-Volkswirt, Certified Business Process Professional (CBPP) und Organisator MdO Heinz-Josef Botthof, Leiter des Bereichs Management Training, der dieses Seminar konzipiert hat. Oder ein anderer Trainer aus dem Team der Plaut Management Training

Ihr Ansprechpartner: Plaut Business Consulting GmbH
 Bereich Management Training
 Heinz-Josef Botthof
 Max-von-Eyth-Straße 3
 D-85737 Ismaning

Telefon +49 89 96280-400
 Telefax +49 89 96280-111
 E-Mail heinz.botthof@plaut.com
 Seminare@plaut.com
 Internet www.plaut.com