

8 DINGE

Die Sie bei der Auswahl eines Trainingspartners beachten sollten

1



ERWARTUNGEN WO WOLLEN WIR KONKRET MIT DIESEM PROJEKT HIN?

Was soll nach dem Training/Seminar konkret anders/besser sein?
Warum soll es anders sein? Was sind die Hintergründe (weg von oder hin zu - Motivation)
Was ist der Grund, dass Sie genau jetzt suchen? (Emotionale Hintergründe sind manchmal Fehl am Platz?)

2



SELBSTREFLEKTION WO UND WESHALB KOMMEN WIR NICHT WEITER?

Was hindert uns daran, es selbst zu lernen/in die Hand zu nehmen?
Sind wir oder unsere Teilnehmer überhaupt schon bereit sich zu verändern/verbessern?
Wie würden Sie den Status quo im Unternehmen beschreiben?

3



AKZEPTANZ BEI MITARBEITERN

Weshalb ist dieses Institut womöglich genau das Richtige für Sie und Ihre Teilnehmer?
Welches fachliche Kriterium muss für mich/meine Mitarbeiter mindestens erfüllt sein, um bei den Teilnehmern überhaupt Gehör zu finden?

4



ERFAHRUNG UND DIDAKTIK

Mit welcher Art von Methoden und Didaktik kommt ein Trainingsinstitut bei uns gut/weniger gut an?
Wie weit sind Sie bereit auch unkonventionelle Trainingsmethoden zuzulassen, um nachhaltige Lernerfolge zu erzielen?
Aus welchem Bereich kommen die TrainerInnen?
Wie präsentieren sich die Trainingspartner auf sozialen Netzwerken und Werbemitteln? Wie weit ist das für uns relevant?
Sind die TrainerInnen theoretische unterwegs oder sprechen sie aus erlebten praktischen Erfahrungen?
Wie wird auf den nachhaltigen Lerneffekt der Programme geachtet, oder wird „nur“ ein Training gemacht?

5



SYMPATHIE UND EMPATHIE

Welchen Typ Mensch als Trainer brauche ich oder mein Team, bzw wie tickt eine Firma?
Was muss an menschlicher Komponente bei der TrainerInnen-Auswahl stimmen?

6



MOTIVATION UND LEIDENSCHAFT

Was sind die nach außen am stärksten wirkenden Beweggründe dieses Instituts?
Passt das Credo und deren Philosophie aller TrainerInnen zu uns?

7



ZWISCHEN SELBSTVERMARKTUNG UND SELBSTDARSTELLUNG

Achten Sie auf den Unterschied des Instituts zwischen künstlicher Selbstdarstellung und ehrlicher Selbstvermarktung.
Was sagen die abgebildeten Referenzen wirklich aus? Sind davon konkrete Projekte ersichtlich und wird darin Einblick gewährt?

8



FEELING

Wenn Sie alle fachlichen Faktoren ausblenden - was sagt Ihr Gefühl?