

Boost your Franchise

Franchisepartner:innen zum Erfolg coachen



Waltraud Martius & Carina Dworak

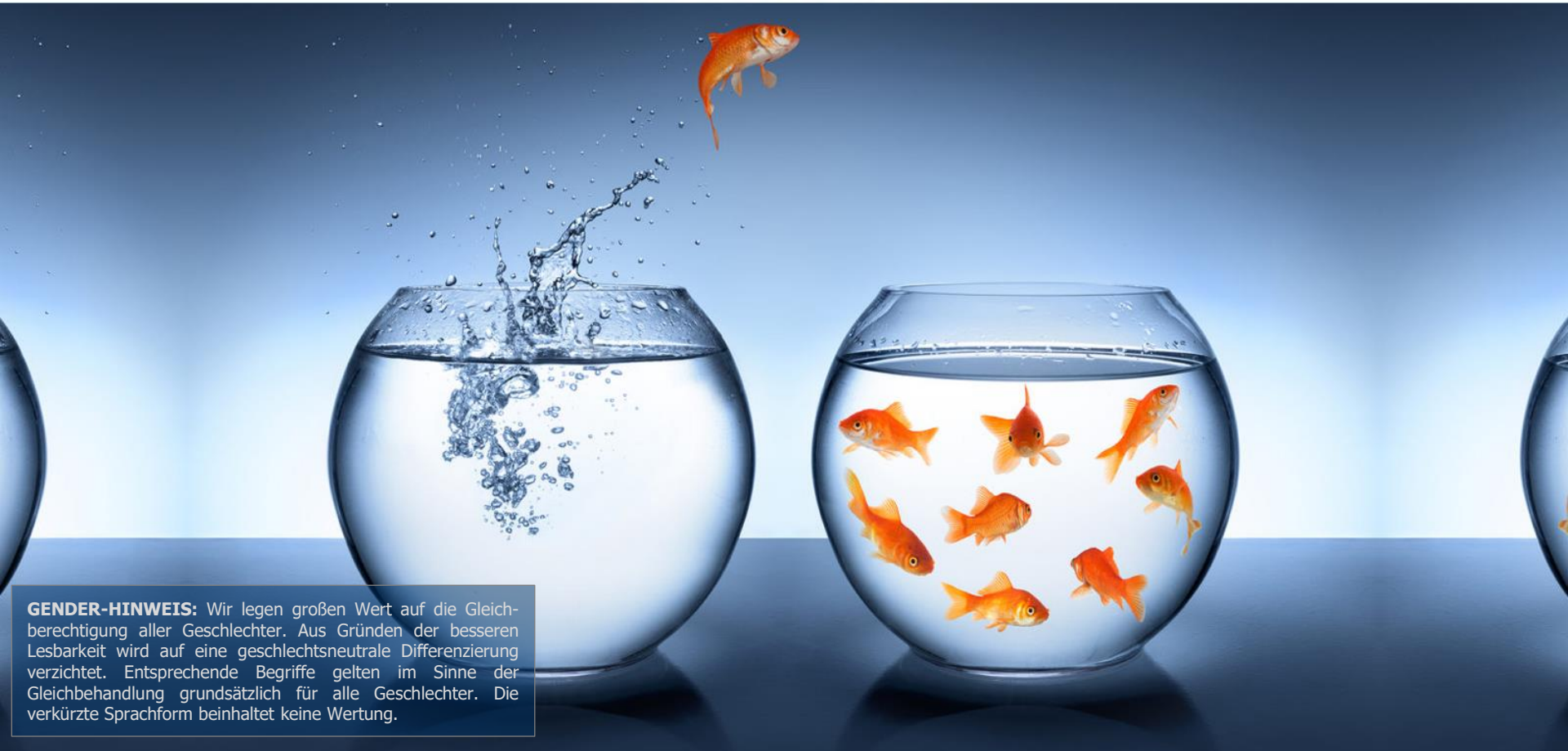
SYNCON[®]

International Franchise Consultants



[SYNCON-FRANCHISE.COM](https://www.syncon-franchise.com)





GENDER-HINWEIS: Wir legen großen Wert auf die Gleichberechtigung aller Geschlechter. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf eine geschlechtsneutrale Differenzierung verzichtet. Entsprechende Begriffe gelten im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für alle Geschlechter. Die verkürzte Sprachform beinhaltet keine Wertung.

Eure Erwartungen 1

- Andere Denkansätze bekommen und meine verbessern
- Ansätze für tägliche Arbeit – gewinnbringender für mich und Partner
- Wie schaffe ich mehr Verbindlichkeit?
- Handwerkszeug zur bestmöglichen Betreuung
- Tipps, wie man eine gute Partnerbeziehung verbessern kann
- Wie mit Partnern umgehen, die evtl. ein persönliches Problem mit mir haben oder keine Betreuung möchten
- Wie werde ich klarer in der Erwartungshaltung an FN?
- Wie kann ich selbstbewusster auftreten?
- Wie kann ich Gespräche besser strukturieren?
- Wie kann ich mit Einwänden besser umgehen?
- Neue Ansätze zum Umgang mit Gesprächspartnern für gemeinsame Entwicklung kennenlernen & Erfahrungsaustausch

Eure Erwartungen 2

- Wie gestalte ich kooperative Arbeitsmeetings?
- Wie schaffe ich Mehrwert für Franchisenehmer?
- Erfahrungsaustausch
- Gute und praxisnahe Ideen und Möglichkeiten zur Optimierung der Partnerbetreuung im Alltag
- Wie kann man Partner motivieren, ins TUN zu kommen?
- Wie hole ich Franchisenehmer aus der Komfortzone?
- Tipps für den Mittelweg aus partnerschaftlich und grenzensetzender Zusammenarbeit
- Was bedeutet Partnermanagement genau und wie setze ich dies erfolgreich tagtäglich mit und bei meinen Partnern um?
- Für alles offen...lasse mich überraschen

Inhalt

1. Funktionen der Systemzentrale

2. Verantwortung des Franchisegebers

3. Richtiges Maß im Partnermanagement

4. Aufgaben des Partnermanagements

5. Arten der Informationsübermittlung

6. Instrumente der Systemkommunikation

7. Vorbereitung im Partnermanagement

8. Partnermanagementprotokoll

9. Minus 1 Phase

10. Entwicklungsphasen im Franchising

11. PM Quadrat

12. Partnermanager als Coach

1. Funktionen der Systemzentrale

Entwicklung, Optimierung der Produkte/Dienstleistungen

Ideenfabrik, Innovation, **Weiterentwicklung des Geschäftsmodells / Systems**

Schulungszentrum, Akademie

Marketingagentur und Marktforschung

Digitalisierungsexperte

Controlling & Benchmarking

Partnermanagement, Beratung & COACHING

Intensivstation, Feuerwehr, Sanierungs-/Notfallexperte

Expansion des Franchisesystems

2. Verantwortung des Franchisegebers

Mitverantwortung für den Erfolg der Franchisepartner:innen

Mitverantwortung liegt in den Zielen des Franchisegebers

Franchisepartner:innen müssen verdienen, um ihre Ziele zu erreichen

Franchising ist eine Schicksalsgemeinschaft

Franchising ist eine Synthese aus den Egoismen der Beteiligten

Franchisegeber muss selbst auch wirtschaftlich erfolgreich sein

Franchisesysteme müssen nachhaltig aufgebaut sein

3. Richtiges Maß im Partnermanagement

Maximalversion im Partnermanagement

Minimalversion im Partnermanagement

Beratungsintensität ist abhängig von:

- Wettbewerbsfähigkeit des Geschäftskonzeptes
- Unterstützungsbedarf der Franchisepartner:innen
- Frage der Rolle des Franchisegebers
- Zeit/Kosten-Relation

4. Aufgaben des Partnermanagements

Informationsmanagement ist die wichtigste Aufgabe

Partnermanagement ist der **Austausch** von Informationen

Informationen/Daten sind wichtiger als Handelsware

Sicherstellung der **konzeptionsgerechten Anwendung** des Geschäftsmodells

Effizientes und reibungsloses **Zusammenwirken**

Erreichung größtmöglicher **Synergie**

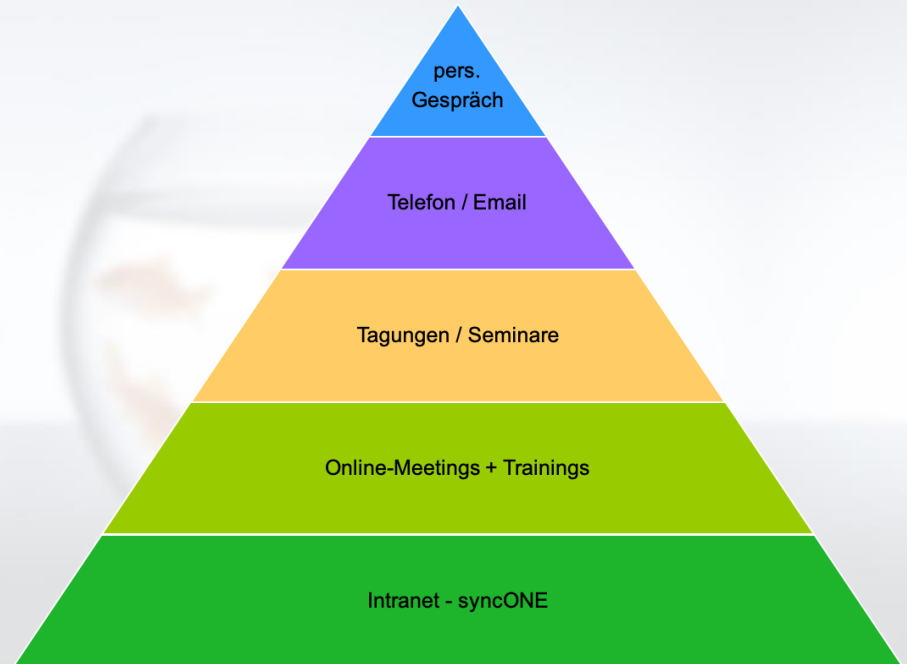
Sicherstellung gleichbleibender **Qualität**

Erfolg der Franchisepartner:innen muss permanent verfolgt werden, um bei einem Abfall frühzeitig korrigierend eingreifen zu können. **COACHING.**

5. Arten der Informationsübermittlung

- Persönlicher Transfer
- Schriftlicher Transfer
- Telefonischer Transfer
- Elektronischer Transfer

Die Optimierung des systeminternen „Medienmix“ gehört zu den wesentlichen Aufgaben des Partnermanagements.



6. Instrumente der Systemkommunikation

Systemeigenes **Intranet**, Dropbox, Laufwerk „K“, Wiki, ... **SYNCONONE®**

Rundschreiben, Newsletter

Firmenzeitungen, Franchisenews

Intelligente Software zum Know-how-Transfer (Erfolg hinterlässt Spuren)

Anlassbezogene (Glück-)Wünsche (z.B. Geburtstage,...)

Meetings von Beiräten und Ausschüssen

Telefon, Telefonkonferenzen, Hotline, WhatsApp, online-meetings ...

Webinare

Jahrestagungen/Kick-offs, regionale **ERFA-Tagungen**

Gespräche (persönlich und in Gruppen)

Ticketsystem

7. Vorbereitung im Partnermanagement

Basis des **Know-hows** wird über ein **Intranet** vermittelt

Partnermanagement-Protokoll

Coaching-Vorbereitungsbögen

Beide Seiten bereiten sich vor!

Schriftlichkeit schafft **Verbindlichkeit**

Zielvereinbarungen

Eigen-und **Fremd**kontrolle

Genaue Definition, **was und wie** wird **kontrolliert**

Schriftliche Protokollierung ist gleichzeitig **Vorbereitung** für das nächste Gespräch

8. Partnermanagementprotokoll

Möglicher **Aufbau** des Partnermanagement-Besuchsformulars/-Protokolls:

- Einheitliches Formular
- Ort
- Termin/Dauer
- Gesprächsteilnehmer
- Geplante Themen von Seiten des Franchisegebers und Seiten des Franchisepartners (vor dem Termin an Franchisepartner übermitteln, mit der Bitte um Vorbereitung)
- Stärken-Schwächen-Analyse auf Grund des Geschäftsverlaufes
- Maßnahmen zur Veränderung/Verbesserung inklusive realistischem Zeitplan
- Diverses

8. Partnermanagementprotokoll

Protokoll Partner-Management

Franchise-Nehmer		
Standort		
Besprechung am		
Dauer		
Für die Franchise-Zentrale		
Themen Franchise-Geber		Themen Franchise-Nehmer
1.		1.
2.		2.
3.		3.
4.		4.
5.		5.
6.		6.
7.		7.
<p><small>Diese Seite erhält der Franchise-Nehmer einige Tage vor der Besprechung mit den vom Franchise-Geber vorbereiteten Themen. Der Franchise-Nehmer ergänzt das Protokoll um seine Besprechungsthemen und schickt es zur Vorbereitung an den Franchise-Geber zurück.</small></p>		



8. Partnermanagementprotokoll

Ergänzende **Unterlagen** zum Partnermanagement-Besuchsformular/-Protokoll:

- Franchisepaket dient als Leitfaden
- Orientierung an der Know-how-Dokumentation
- Controlling- und Benchmarking-Auswertungen
- Mystery Checks/Kundenzufriedenheitsmessungen
- Wirtschaftsplanung
- Marketingplanung & Salesplanung
- Letztes Protokoll
- Partnerschaftsbilanz
- System-Audit
- Systemauswertungen, z.B. Nutzung Intranet, Ticketsystem

9. „Minus 1-Phase“

You never get a **second chance** to make a first impression

Verhalten in der **Kennenlernen-Phase** prägt die zukünftige Beziehung

Beziehungsaufbau beginnt vor Unterzeichnung des Vertrages

Start der Franchisepartnerschaft

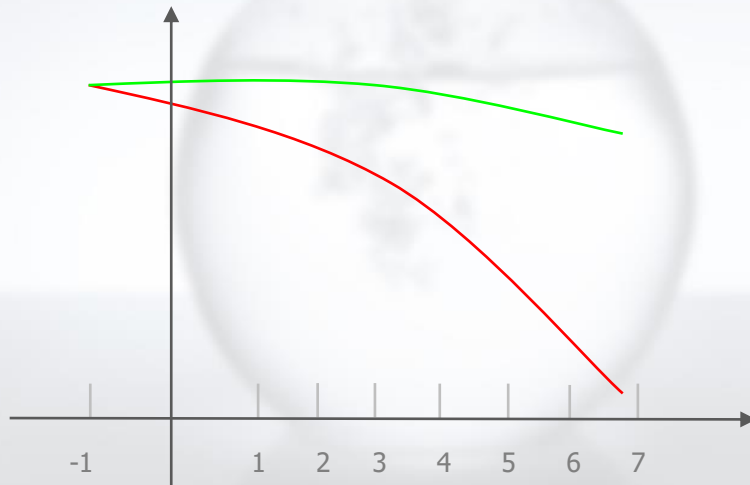
Versäumnisse und **Fehler** wiegen schwer in der zukünftigen Arbeitsbeziehung

Positive Erlebnisse und **Bestärkung** helfen Konflikte später besser auszutragen

Schaffung eines **tragfähigen Beziehungsfundamentes**

9. „Minus 1-Phase“

Motivationskurve Franchisepartner



Vorvertragliche Aufklärungspflicht zwingt Franchisegeber bereits in der Rekrutierungsphase zu **Perfektionismus**

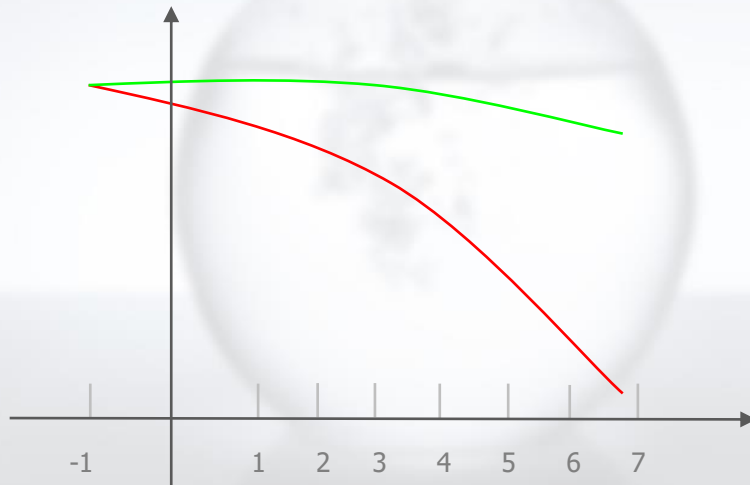
Erster Eindruck prägt die Qualität der Partnerschaft

Versprechen müssen gehalten werden

Zeit des **Kennenlernens** und der **Auswahl** prägt den Umgang der Partner in späterer Folge

9. „Minus 1-Phase“

Motivationskurve Franchisepartner



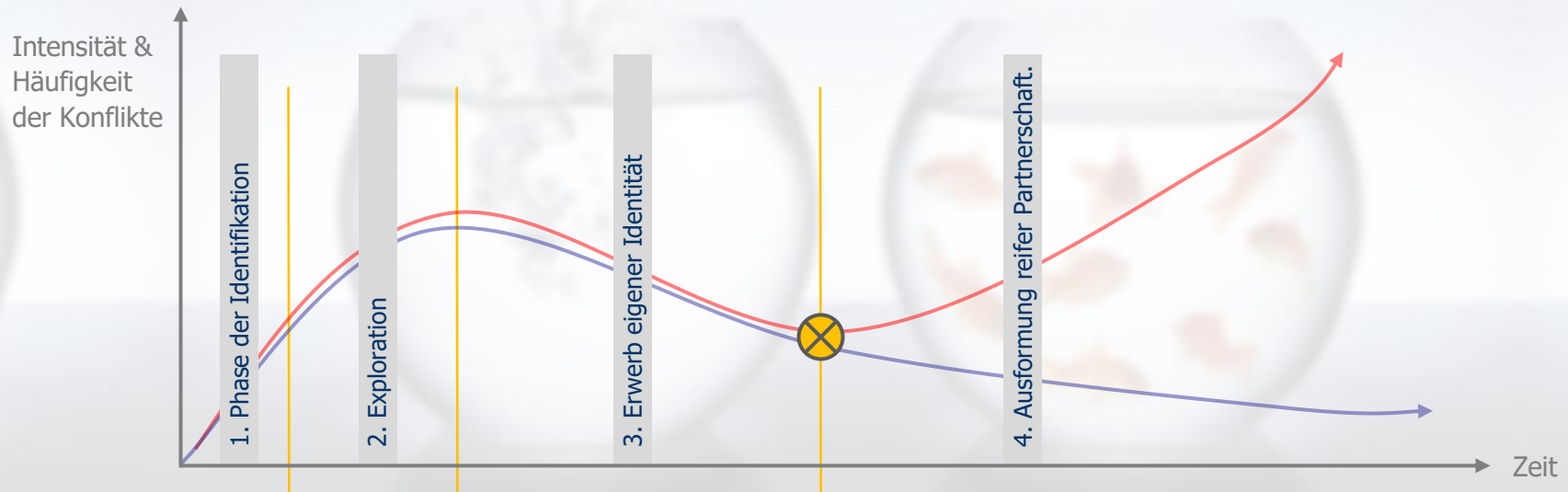
In dieser Phase ist der Franchisepartner ein „**leeres Glas**“, in das der Franchisegeber seine Philosophie einfließen lassen kann

Ab dem Zeitpunkt der **Eröffnung** ist der Franchisepartner längst nicht mehr so aufnahmebereit

Professioneller Umgang in der „Minus 1-Phase“ verlängert die **Dauer** von Franchisepartnerschaften erheblich

10. Entwicklungsphasen im Franchising

Lebenszyklus von Franchisepartnerschaften



10. Phase der Identifikation

Kennenlernen

Identifikation

Chancen wahrnehmen

Unsicherheiten

Stress

Ängste

Geringes Konfliktpotential

Hohe Präsenz des Franchisegebers

Verlässlichkeit

Enger Kontakt

Geregelte Gespräche

Außertourliche Kontakte

Grundausbildung

Aufbau von Vertrauen

10. Phase der Exploration

Ermutigung zur Selbstständigkeit

Experimentieren

Begleiten

Betreuen

Sanft Lenken

Kleine Korrekturen

Trotzigkeiten

Spielerisches Erproben des eigenen Vermögens

Grenzen setzen ohne einzuengen

Gespräche zu fixen Zeiten

Reibung

Konflikte

Bestätigung des gegenseitigen Vertrauens

10. Erwerb eigener Identität

Franchisepartner ist etabliert

Abgrenzung zum Franchisegeber

Profilierung

Regelüberschreitung

FG verhandelt, anstatt anzuordnen

Konflikte austragen, anstelle Harmonisierung

Kein Ausweichen oder Wegschauen möglich

Aufzeigen ungenützter Potentiale

Stärken des Franchisepartners nützen

Professionelle Betreuung

Starke Integration des Franchisepartners

Sicherheit für Franchisepartner und FG

10. Ausformung einer reifen Partnerschaft

Zusammenarbeit ist fruchtbar

100%ige gegenseitige Akzeptanz

Franchisepartner und FG erkennen, wie sie am Erfolg des anderen beteiligt sind

Franchisepartner sind in die Weiterentwicklung des Systems eingebunden

Franchisepartner ist positive Identifikationsfigur

Keine Beziehungskonflikte

Nur Diskussion um Verbesserungen im System

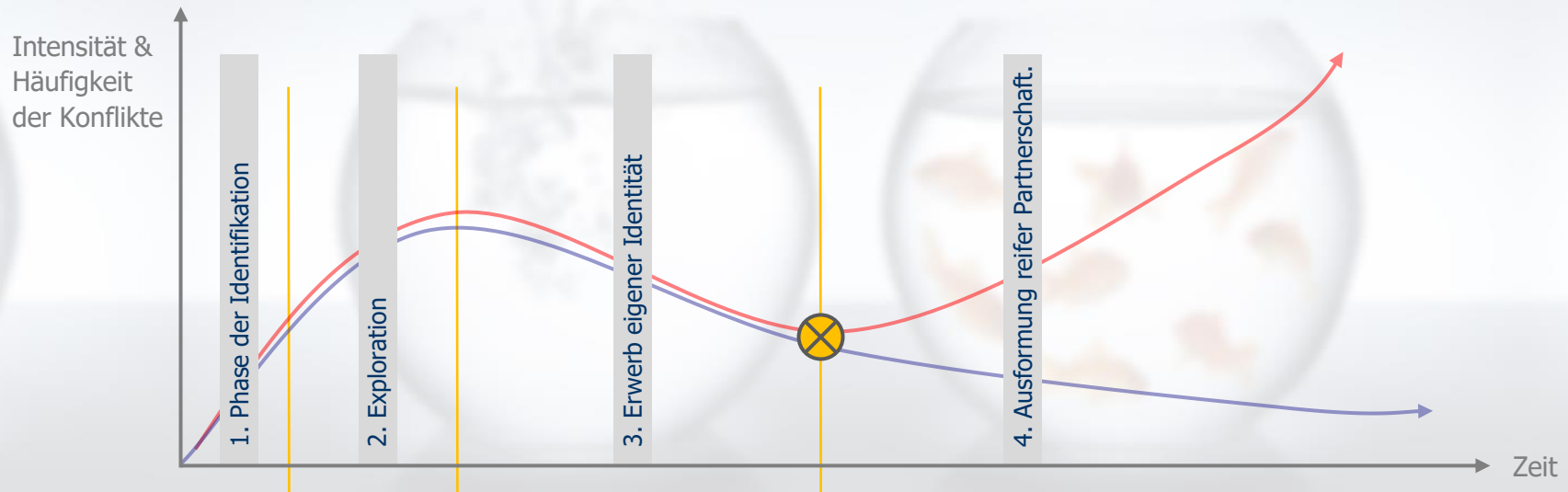
Akzeptanz der Abhängigkeit erlaubt Akzeptanz der Unterschiedlichkeit

Entspanntes, erfolgreiches Miteinander

Gegenseitige „Abhängigkeit“ wird positiv erlebt

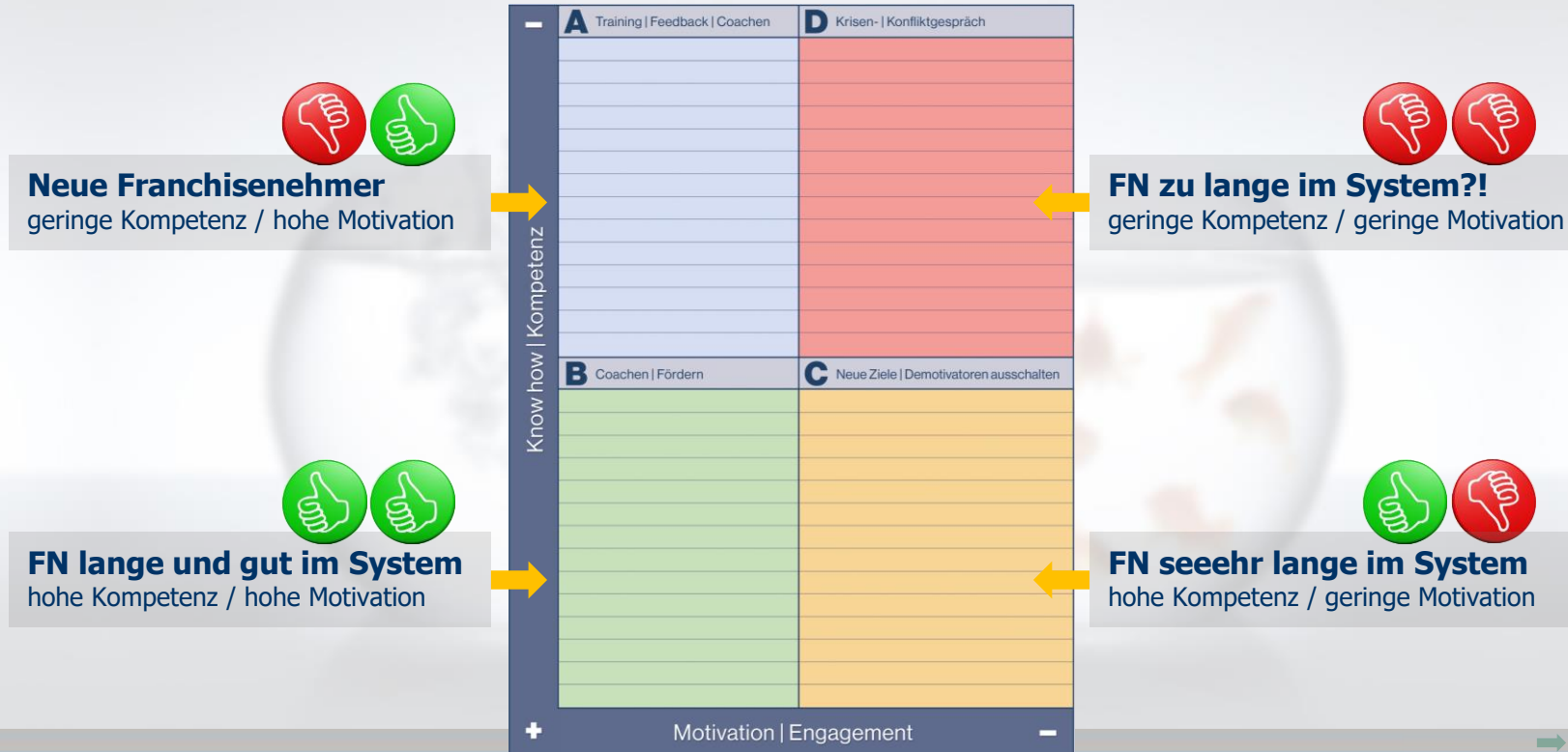
10. Entwicklungsphasen im Franchising

Lebenszyklus von Franchisepartnerschaften





PM-Quadrat / Wo stehen meine FN?



Partnermanager als Coach

Coaching bedeutet:

keine Hierarchie, keine **autoritäre Führungsstruktur**

Partnermanager punktet mit seiner **Kompetenz** und **Ausstrahlung**

Partnermanagement **begleitet** und **führt**

Partnermanager ist **Führungspersönlichkeit**, nicht Führungskraft

Partnermanager kennen selbst die **Erfolgsfaktoren** des Franchisesystems, die Know-how-Dokumentation und beherrschen alle relevanten Tools

Weiter geht's mit.....

Partnermanager als Coach

PM Quadrat

Erfolgsfaktoren der Kommunikation

Fragetechniken

Gesprächssituationen üben, üben, üben

**Mache die Menschen um dich erfolgreicher,
und du bist selbst erfolgreicher.**



© Kurhan - Fotolia.com



Führung
Management
Coaching

„Coaching ist Hilfe zur Selbsthilfe.“

Grundideen im Coaching

- **Ich bin ok – Du bist ok**
- **Franchisenehmer (FN) kann selbst die Lösungen finden**
 - wenn ich ihm / ihr Zeit lasse
 - wenn ich die richtigen Fragen stelle
- Partnermanager (PM) und FN sind auf **derselben Ebene**
- **Ich halte mich selbst zurück**
- Statt zu „Lehren“ **beim „Lernen helfen“**

Eigenschaften des Coaches

- geduldig
- „objektiv“
- aktive, bewusste Kontrolle der eigenen Zustände
- selbstreflektiert
- förderorientiert
- Interessiert
- exzellenter Fragesteller
- exzellenter Zuhörer
- zurückhaltend

Spiegeln / Rapport

Wir mögen das, was uns ähnlich ist.

Ähnlichkeiten in:

- Einstellungen, Überzeugungen, Werten

Zeigen sich in:

- Aussehen
- Sprechweise
- Körpersprache
- Verhaltensweisen

Spiegeln / Rapport

Körperhaltung

Stimme

Sprache

Videoübung: Motivationstelefonat

- **Kleingruppen**
 - **FN ist noch nicht zur Jahrestagung angemeldet**
 - PM instruiert FN
 - Feedback/Anwendung von Spiegeln
 - 1.+ 2. Durchgang
- **Dauer: max. 4 Minuten**
- **Nach 12 MIN. zurück ins Plenum**

FN-Beziehungsmanagement „Eisberg-Modell“



**Je besser Sie auf der Beziehungsebene
mit „Ihren PartnerInnen“,
desto leichter ist es auf der Sachebene.**

**Hart in der Sache –
Weich zur Person!**



Eisberg-Modell

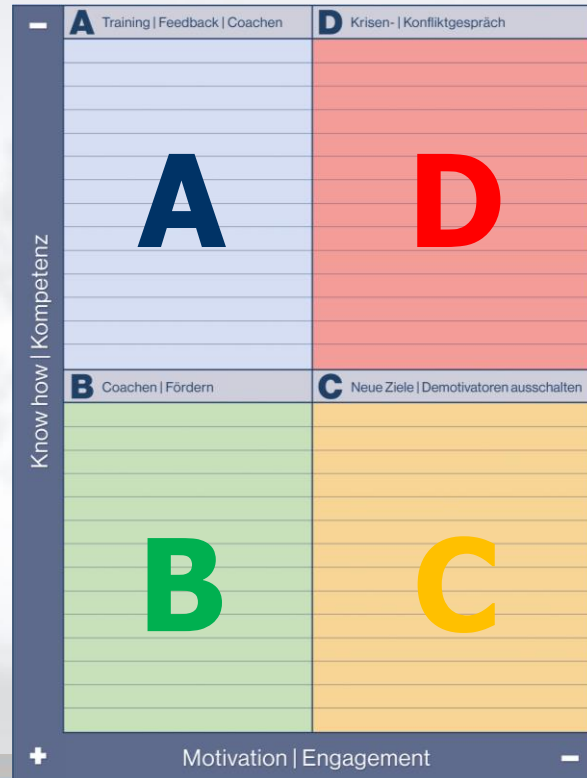
Verdeutlichung des Zusammenhangs zwischen
Gefühls- und Verstands- bzw. Sachentscheidungen:



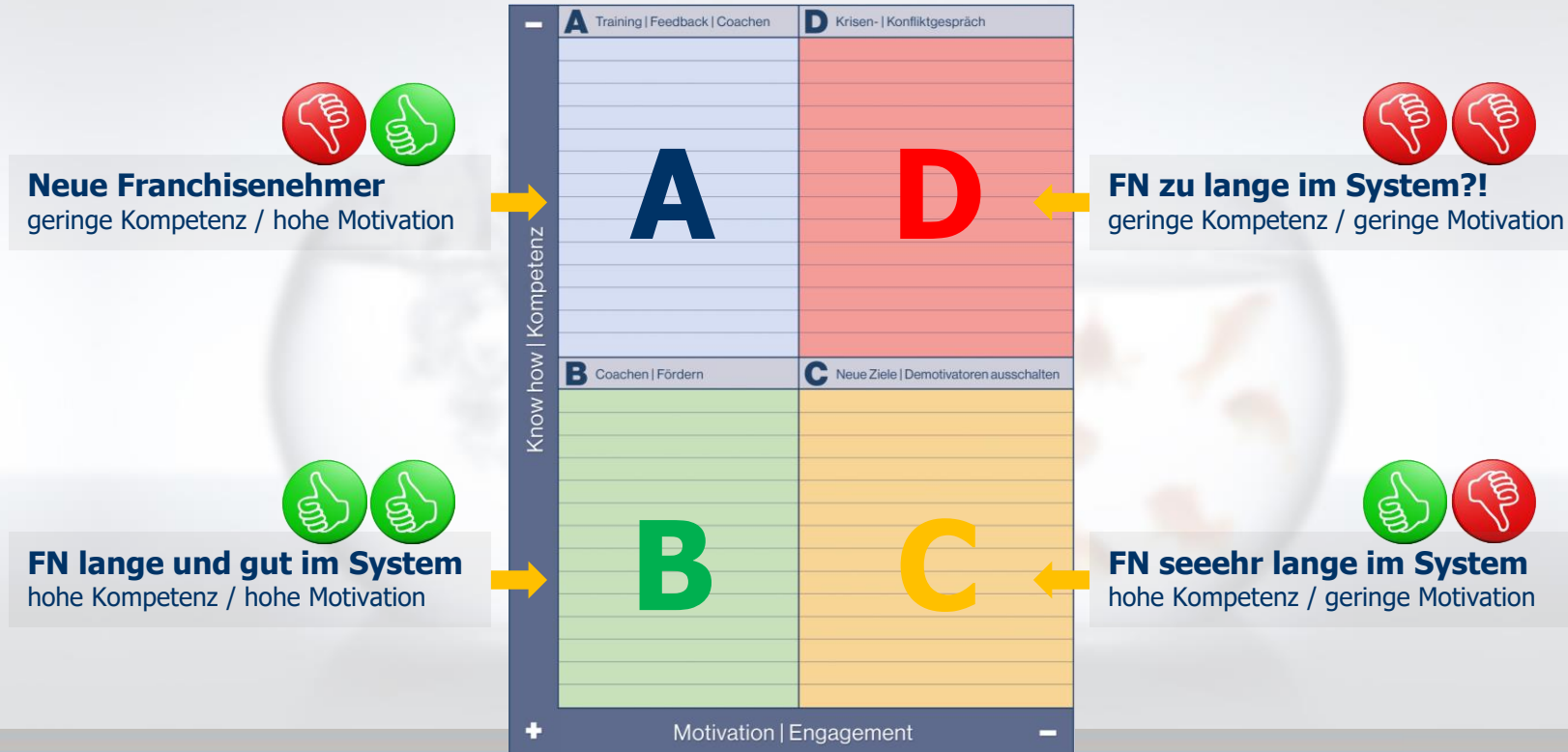
Instrumente des Coaches

- Wahrnehmung vs. Interpretation
- Aktives Zuhören
- Professionelles Feedback
- Lob
- Spiegeln / Rapport
- **Fragetechniken im Coaching**

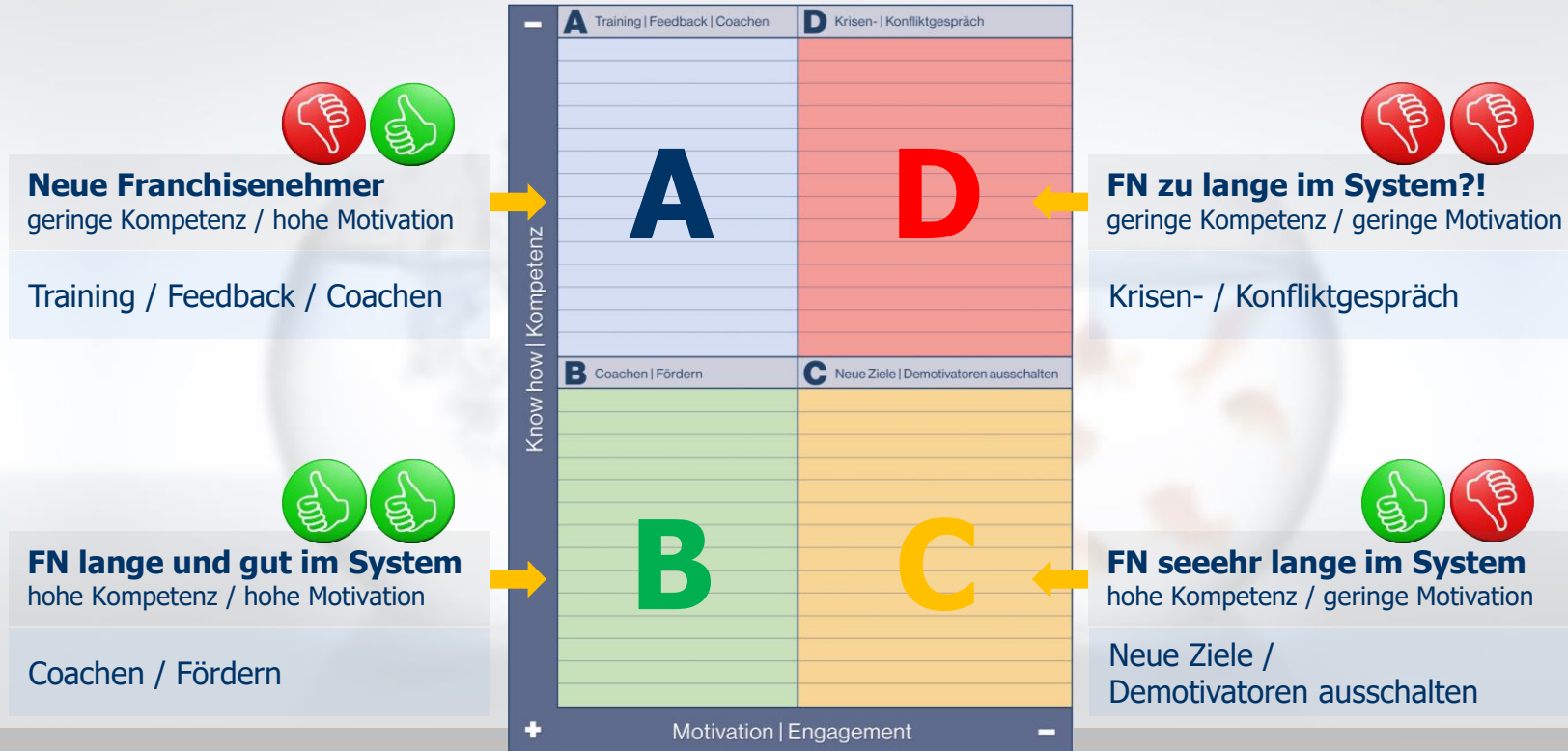
Das PM-Quadrat



Das PM-Quadrat / Wo stehen meine FN?



Das PM-Quadrat / Was tun?



Arten der Gespräche

Feedback, Coachinggespräch

→ **AB**

Förder- / Zielgespräch

→ **BC**

Krisen- / Konfliktgespräch

→ **CD**

Feedback

Spontan - anlassbezogen

- Thema klären

Mit Einverständnis

- Franchise-Nehmer und Partnermanager

Professionelles Feedback

Im „Sandwich“:

- + Was hat mir gut gefallen - konkret
- ➔ Beobachtetes Verhalten und ☹️ Wirkung auf mich
- ➔ Veränderungsvorschlag (max. 3)
- + Positiver Abschluss

Professionelles Feedback

Zusätzlich ist zu beachten:

- Feedback persönlich geben
- Feedback konkret (Wahrnehmung!) und förderorientiert
- In Ich-Botschaft
- Keine persönlichen Angriffe oder Vorwürfe
- Kein „Aber“, lieber „Und“
- 1. Lage mehrere / viele positive Aspekte
- Mittellage (max. 3 Punkte) „Qualität vor Quantität“.

Professionelles Feedback

Für den Übenen:

- Keine Rechtfertigungen / Erklärungen
- Nur: **DANKE** 

Professionelles Feedback

Übung

- 3er Gruppen
- Praxissituation
- Feedback geben
- Feedback auf Feedback



Boost your Franchise

Partner:innen zum Erfolg coachen T2



Carina Dworak & Waltraud Martius

SYNCON[®]



SYNCON-FRANCHISE.COM

International Franchise Consultants



Führen durch Fragen

Ziele und Nutzen

- Selbstständigkeit und Selbstverantwortung fördern
- Konstante Weiterentwicklung
- Landkarte erweitern => Neues Lernen
- Eigene Lösung leichter akzeptiert

**„Die Qualität unserer Fragen
bestimmt die Qualität unserer Antworten.“**

Grundtypen von Fragen

- Offene Fragen
- Geschlossene Fragen
- Alternativfragen
- ~~Suggestivfragen~~

Grundtypen von Fragen

Offene Fragen

- ~~Wer, Was, Wann, Wie, Wo ... Warum???~~
- **Bringen viel Informationen**
- **Gedankenprozess wird stimuliert**
- **Fördert den Redefluss des Gegenübers**

Grundtypen von Fragen

Geschlossene Fragen

- Antwort ist **JA** oder **NEIN**
- Bringen wenig Informationen
- „zwingen“ zu Entscheidungen

Grundtypen von Fragen

Alternativfragen

- Entweder / oder
- Lösungen werden indirekt vorgegeben
- Idealerweise maximal 2 – 3 Optionen
- Erleichtern Entscheidungen

Fragen umformulieren

- **„Waren Sie im Gespräch erfolgreich?“**
- **„Haben Sie sich schon mit dem Kunden geeinigt?“**

Offene Fragen üben

- **„Finden Sie diese Bonusregelung fair?“**
- **„Waren Sie mit diesem Kunden schon im Kontakt?“**

Tipps für „aktives Zuhören“

- Blickkontakt
- Im „Hier und Jetzt“ (nicht voraus denken)
- Wirklich ausreden lassen
- Nicken
- .. mmh, ..mmh („soziales Grunzen“)
- Ja, bzw. bestätigen
- Lächeln (wenn angebracht)
- Bei Bedarf mitschreiben
- Aussagen wiederholen (wörtlich)
- Verständnis-/Rückkopplungsfragen

Spezielle Coaching Fragearten

- Rückkopplungsfragen
- Hypothetische Fragen
- Zirkuläre Fragen
- Konkretisierungsfragen
- Zielfragen
- Problemfragen
- Reframingfragen (Umdeutungsfragen)
- Emotionsbezogene Fragen
- Ökologiefragen
- Skalierungsfragen
- Zukunftsfragen

Rückkoppelungsfragen

- „Wenn ich Sie richtig verstehe, möchten Sie ...?“
- „Sie sagten, dass Ihrer Meinung nach ...?“



Gibt dem Gesprächspartner das Gefühl, dass Sie an ihm interessiert sind.

Hypothetische Fragen

- „Angenommen, wir vereinbaren X, was würde passieren ... ?“
- „Sollte dieser Fall eintreten, wie würden Sie reagieren ... ?“



Der Gesprächspartner muss „fertig denken“.

Zirkuläre Fragen

- „Wie würden Sie als Systemführung reagieren ... ?“
- „Angenommen, Sie wären in der Situation des Kunden, was würden Sie sagen ... ?“



Der Gesprächspartner versetzt sich in die Lage von X.

Konkretisierungsfragen

- „Wie genau würden Sie Ihre Kampagne gestalten ... ?“
- „Was genau haben Ihnen Ihre Kunden / Kollegen gesagt ... ?“



Der Gesprächspartner muss weiter denken und konkret werden.

Zielfragen

- „Wo möchten Sie in zwei Jahren stehen ... ?“
- „Wie viele Mitarbeiter werden Sie in einem Jahr haben ... ?“



Der Gesprächspartner macht sich ein Zielbild.

Problemfragen

- „Wo sehen Sie das größte Defizit ... ?“
- „Was belastet Sie in der Arbeit am meisten ... ?“



Der Gesprächspartner beschreibt seine Probleme.

Reframingfragen

- „Was könnte ein positiver Aspekt sein ... ?“
- „Was würde diese Investition Neues bewirken ... ?“



Der Gesprächspartner erkennt weitere Perspektiven.

Emotionale Fragen

- „Wie werden Sie sich fühlen, wenn ... ?“
- „Wie denken Sie, geht es Ihren Mitarbeitern mit dieser Entscheidung ... ?“



Der Gesprächspartner „fühlt sich rein“.

Ökologiefragen

- „Was ist Ihr Beitrag, sollten wir ... ?“
- „Sollten wir den Standort neu bauen, wie viel Ressourcen könnten Sie investieren ... ?“



Der Gesprächspartner committet sich zu eigener Leistung.

Skalierungsfragen

- Auf einer Skala von 1 bis 10: 1 = sehr gut, 10 = sehr schlecht
- „Wie geht es dir mit ... ?“



Gesprächspartner gibt spontan und „unbelastet“ Antwort.



Trotzdem: Hoher Informationsgehalt!

Zukunftsfragen

- „Heute in zwei Jahren, wo sehen Sie Ihren Betrieb ... ?“
- „Wie stellen Sie sich Ihre Arbeit nach dieser Veränderung vor ... ?“



Der Gesprächspartner erkennt das zukünftige Ergebnis.

„Ultimative“ Coachingfrage

W S S V

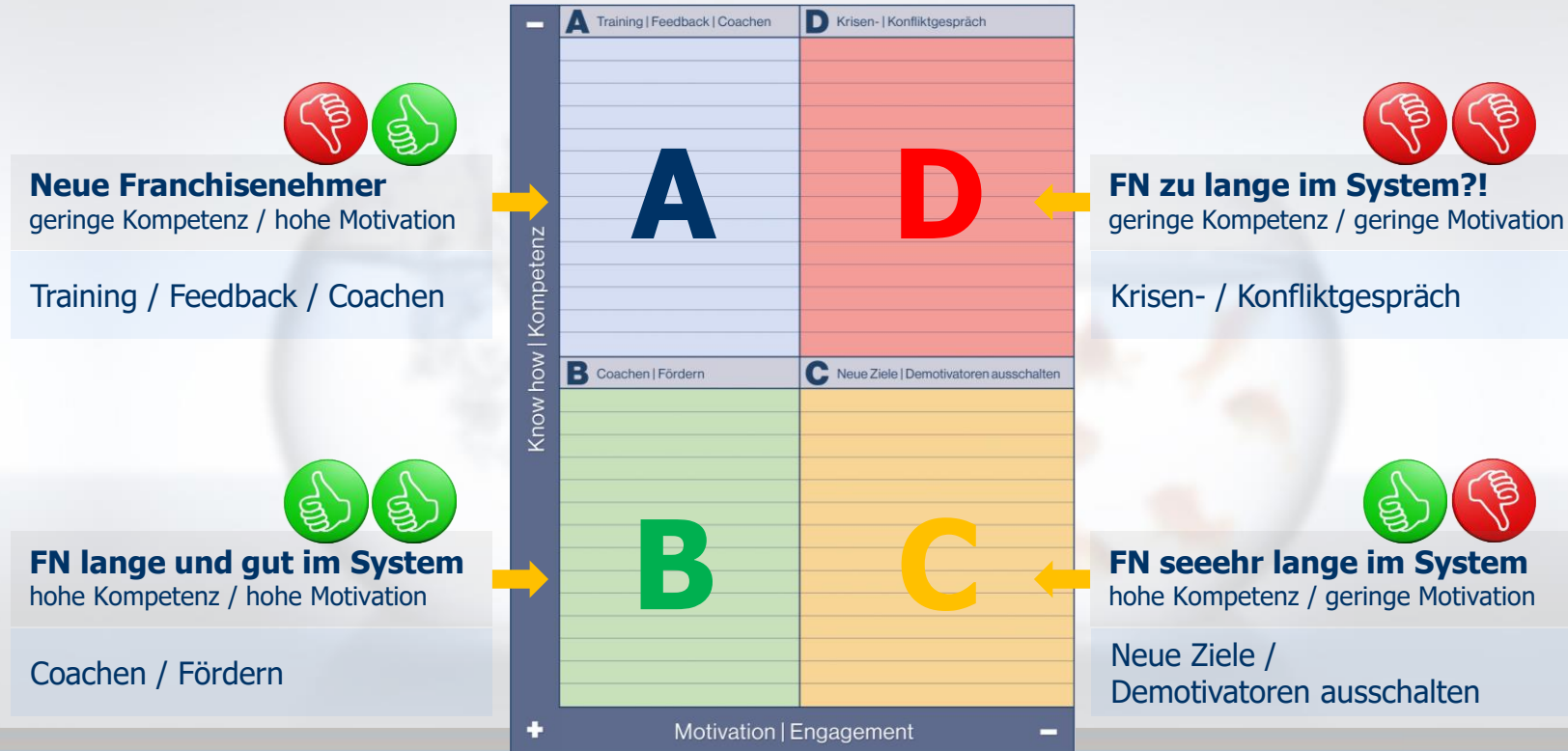


Was schlagen Sie vor?

Gruppenübung Fragenkatalog

- **Kleingruppen**
- **(Offene) Fragen für die Praxis formulieren**
- **8 Minuten**
- **Gruppensprecher:in**

Das PM-Quadrat / Was tun?



Arten der Gespräche

Feedback, Coachinggespräch

→ **AB**

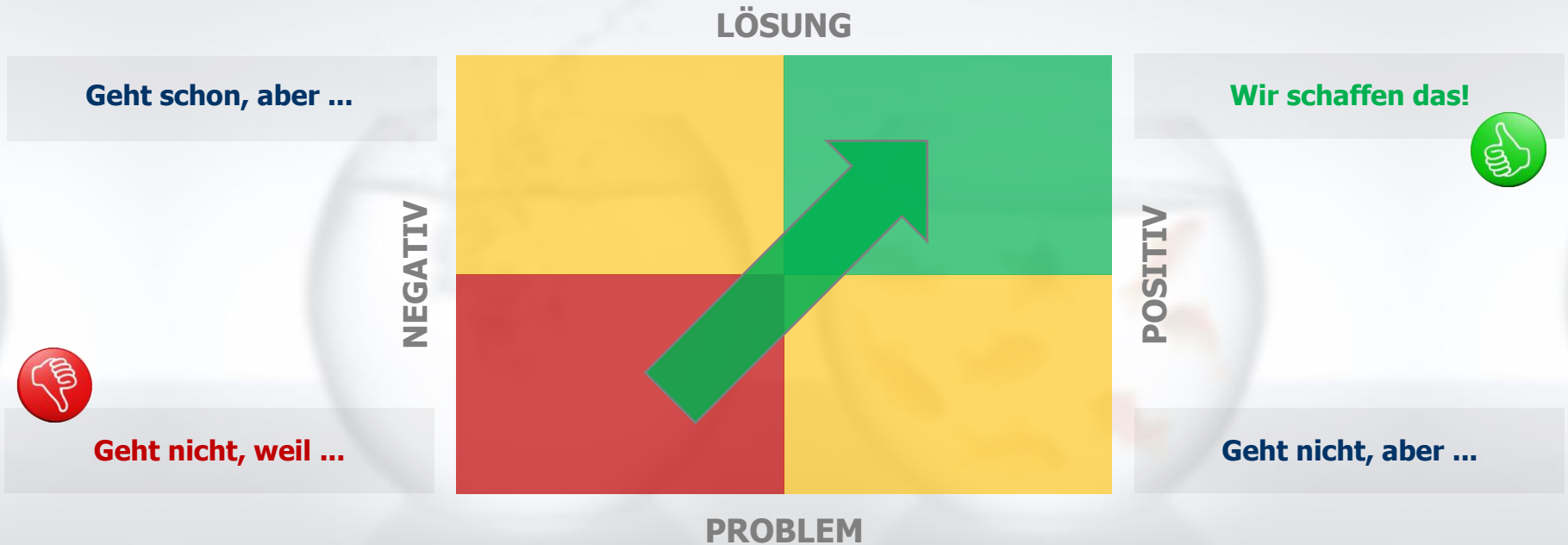
Förder- / Zielgespräch

→ **BC**

Krisen- / Konfliktgespräch

→ **CD**

Problem-orientiert => Lösungs-orientiert



Coaching – Prozess

- **Vorbereitung**
- **Eröffnung**
- **Coaching- / Feedback-Gespräch**
- **Abschluss**
- **Follow Up**

Vorbereitung

- **Zeit(rahmen)**
- **Ort**
 - ungestört
 - hierarchiefrei
- **Ergebnisse des letzten Coachings**
- **Inhalte der letzten Trainings**
- **Ziele definieren**

Eröffnung

- **Rapport aufbauen**
 - Spiegeln
 - Small Talk
 - Atmosphäre schaffen
- **Grund/Ziel für das Gespräch gemeinsam definieren**
- **Anknüpfen an Vergangenes**
 - Letztes Coaching
 - Training

Feedback- / Coachinggespräch

- Fragend führen
- Aktiv zuhören
- Eigene Lösungen zurückhalten
- „Hart“ in der Sache „weich“ zur Person
- Franchise-Nehmer „spricht“ zuerst
- Wahrnehmungen wiedergeben
- Gegebenenfalls Handbuch / Unterlagen mit einbeziehen
- Gegebenenfalls Feedback geben

Abschluss

- Franchisenehmer schlägt Maßnahmen vor
- Gegebenenfalls diese ergänzen
- Partnermanager fasst Besprochenes zusammen oder lässt Franchisenehmer zusammenfassen (Gegebenenfalls schriftlich)
- bekräftigen / ermutigen
- nächsten Termin vereinbaren

Follow Up

- **Eigene To Do´s umsetzen**
- **Kontrolle**
 - Nur soviel wie vereinbart
- **Coaching - Wie oft?**
 - 1x pro Monat bis 1x im Quartal – abhängig von Systemzugehörigkeit und Erfahrung
 - So oft wie nötig

Videoübung: Coachinggespräch

- **Kleingruppen**
 - PM instruiert FN über seinen Praxisfall&Videoeinstieg
 - Feedback/Anwendung von Fragen&Spiegeln
 - 1.+ 2. Durchgang
- **Dauer: max. 6 Minuten**
- **Nach 25 MIN. zurück ins Plenum**

Richtig loben

- sparsam – „gut dosiert“
- qualifiziert und differenziert
- konkret
- aufrichtig / glaubwürdig
- Ideal: zeitnah

Förder- / Zielgespräch

- **Geplant**
 - Zeit
 - Thema
- **Vorbereitet**
 - Franchisenehmer und Partnermanager
- **1-2x pro Jahr** (evtl. anlassbezogen)
- **Feedbackregeln gelten**

Ablauf eines Förder-/ Zielgespräches

- **Rapport herstellen**
 - Achtung Sitzposition!
- **Vergangenheit – Gegenwart – Zukunft**
- **Partnermanager stellt offene Fragen**
- **Franchisenehmer erklärt seine Sichtweise**
- **Partnermanager bestärkt / ergänzt**

Struktur eines Förder-/ Zielgespräches

- **Vergangenheit**
 - Was ist gut gelaufen?
- **Gegenwart**
 - Was sind die Stärken?
 - Was sind die Vorlieben?
- **Zukunft**
 - Verbesserungs-/Entwicklungspotenziale (nicht Schwächen)
 - **Ziele formulieren** (aus Franchisenehmer-/ und Partnermanager-Sicht)
 - Konkrete Maßnahmen und Rahmenbedingungen
 - Kontrolle vereinbaren

Videoübung: Partnergespräch

- **Kleingruppen**
- **Förder- oder Zielgespräch**
 - PM instruiert FN über seinen Praxisfall
 - Fördergespräch mit FN führen
 - Feedback – Spezialfeedback auf Wunsch
 - 1.+ 2. Durchgang
- **Dauer: max. 6 Minuten**
- **Nach 25 MIN. zurück ins Plenum**

Videoübung: Partnergespräch

- **Feedbackgeber achtet auf:**
 - Qualität der Fragen
 - Spiegeln (verbal / nonverbal)

Gesprächs-Methodik

- Positive Grundhaltung
- Förderorientierung, neue Ziele?
- Ziel: Franchisenehmer helfen, selbst Lösungen/Ziele zu finden
- Anregung Denkprozess durch W-Fragen
- Professionelles Feedback

Mögliche Hindernisse

- **Unterschiedliche Sichtweisen**
 - Abgleich der unterschiedlichen Landkarten (mit offenen Fragen)
 - Festhalten der unterschiedlichen Sichtweisen (bei unproblematischen Punkten)
 - Suchen nach Win-Win Lösungen (bei wichtigen Punkten)?

Erfolg mit Zielarbeit

„Nachdem wir das Ziel endgültig aus den Augen verloren hatten, verdoppelten wir unsere Anstrengungen.“

Mark Twain

Ziele richtig definieren ☹️

- Im nächsten Jahr werde ich mehr Umsatz machen
- Ich werde mich bemühen mehr Fragen zu stellen
- Ich werde mich um den Deckungsbeitrag kümmern
- ...

Ziele richtig definieren 😊

1. Positiv

- Konkret und motivierend
- Was soll erreicht werden? (nicht wie!!)

2. Handlungsorientiert

- Was muss ich tun?

3. Zeitpunkt

- Bis wann muss das Ziel erreicht werden?

4. Im eigenen Einfluss

- Wer ist dafür verantwortlich?
- Welche Rahmenbedingungen sind zu beachten?
- Realistisch und groß

Ziele richtig definieren 😊

S

Spezifisch

M

Messbar

A

Aktionsorientiert

R

Realistisch

T

Termin

Wie viel Kontrolle ist notwendig?

Quadrant

A

regelmäßig in kurzen Abständen

Quadrant

B

wenig und in größeren Abständen

Quadrant

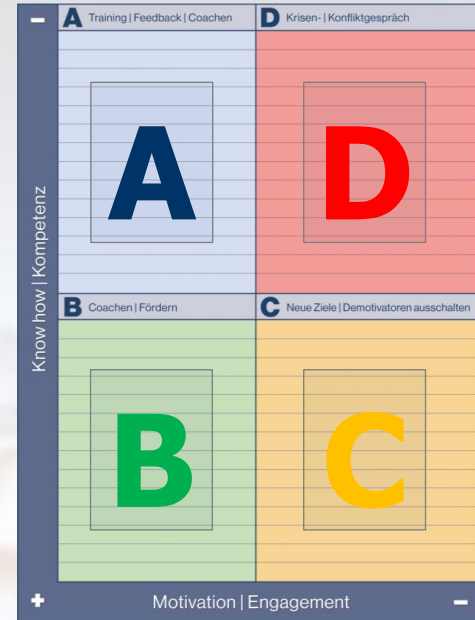
C

regelmäßig in kürzeren Abständen

Quadrant

D

häufige Kontrolle und eventuell Ausstieg vorbereiten



Richtig kontrollieren

- Nur erforderliches Minimum
- So viel, dass Abweichungen rasch erkannt werden
- Dem Kontrollierten muss klar sein, was kontrolliert wird und was ein gutes Ergebnis ist
- Der Franchisenehmer erhält das Ergebnis der Kontrolle als Feedback
- Nur wie vereinbart

Einwandbehandlung / Motivlenker

- Rapport & Verständnis: „ok ich verstehe Du sagst...“
- Fragestellung: „was abgesehen davon ist Dir noch wichtig?“
- Aktiv zuhören, eventuell nochmals nachfragen: „ok und was noch?“
- Lösung: „angenommen, wir finden eine Lösung die x und y beinhaltet, dann bist Du dabei?“
- Konkrete Schritte vereinbaren

Wenn es der PM / Partnermanager schafft,
Demotivation zu vermeiden bzw. zu eliminieren
und sich der vorhandenen Motivation nicht in den Weg zu stellen,
ist das schon ein Erfolg!



Mögliche Konfliktlösungen

PM gewinnt



FN verliert

PM verliert



FN gewinnt

PM verliert



FN verliert

PM gewinnt



FN gewinnt

Krisen-/ Konfliktgespräch

- **Rapport** (kurzer Small Talk)
- **Wichtigkeit** betonen
- **Positive Seiten** des Franchise-Nehmers konkret und sachlich ansprechen
- **„Karten auf den Tisch!“**
 - Überleitung von Pkt. 3 zu Pkt. 4: **UND** statt **ABER**
 - In Ich-Form
 - Konkret und sachlich (Zahlen, Daten, Fakten etc.)
- **W-Fragen** um Landkarte - Gründe erfragen
(Motive, Bedürfnisse, Ziele) des Franchise-Nehmers zu erkennen
- **Eigene Landkarte** offen legen
(Motive, Bedürfnisse, Ziele) – Sinn erklären
- **„Win-Win Lösungsvorschlag“** vom FN erfragen (**WSSV** | Was schlagen Sie vor?)
Ergänzung des Vorschlages (wenn nötig)
- **Kontrolle** vereinbaren

Konfliktgespräch KPM Methode

- **Rapport** (kurzer Small Talk)
- **Wichtigkeit** betonen
- **Positive Seiten** des Franchise-Nehmers konkret und sachlich ansprechen
- **„Karten auf den Tisch!“**
 - Überleitung von Pkt. 3 zu Pkt. 4: **UND** statt **ABER**
 - In Ich-Form
 - Konkret und sachlich (Zahlen, Daten, Fakten etc.)
- **W-Fragen** um Landkarte - Gründe erfragen
(Motive, Bedürfnisse, Ziele) des Franchise-Nehmers zu erkennen
- **Eigene Landkarte** offen legen
(Motive, Bedürfnisse, Ziele) – Sinn erklären
- **„Win-Win Lösungsvorschlag“** vom FN erfragen (**WSSV** | Was schlagen Sie vor?)
Ergänzung des Vorschlages (wenn nötig)
- **Kontrolle** vereinbaren



Richtig „NEIN“ sagen

- Verstehen (gegebenenfalls Danke)

- NEIN

- Variante: JA

Lieber ein **ehrliches NEIN,**
als ein **unhaltbares JA!**



Richtig kündigen

- Gut vorbereitet ins Gespräch gehen
- Hart in der Sache, weich zur Person
- Konkretes Feedback geben
- Konkretes Feedback über sich und System einholen
- Position hat nicht für diesen Franchisenehmer gepasst, es gibt Berufe die ihm mehr liegen
- Ev. gemeinsam mit Franchisenehmer überlegen, was ihm Spaß macht und was er nun tun kann
- Höflicher Umgangston trotz Kündigung
- Man begegnet sich im Leben immer zweimal

Online Refresher

- **10.12.24 von 9.00 – 10.30**
 - **Erfahrung in der Praxis**
 - **Weitere Impulse & Tipps**
- **ZOOM Link wird versendet**

FAZIT:

**Mache die Menschen um dich erfolgreicher,
und du wirst selbst erfolgreich sein!**



syncon-franchise.com



Vortrag zum Download:

www.syncon-franchise.com/downloads_partnermanagement-seminar

