

ANLAGE ZUR COACHING-VEREINBARUNG: „BEST PRACTICE COACHING“

Grundwerte & Prinzipien im Coaching

- **„Development“**: Ziel des Coachings ist eine bestmögliche und individuelle Mitarbeiterentwicklung. Wir formulieren dafür gemeinsame Anforderungen und Lernziele, die wir konsequent in die Teams tragen. Verschiedene Meinungen, ein offener Austausch und Feedback, sowohl im Coaching-Team aber auch mit anderen Mitarbeitern ermöglichen uns eine Weiterentwicklung! Akzeptanz, konstruktiver Austausch und Wertschätzung innerhalb des Teams sind dafür Voraussetzung. Jeder ist dazu angehalten mitzudenken, welche Maßnahmen für eine optimale Mitarbeiterentwicklung am förderlichsten sind.
- **„Excellence“**: Wir versuchen in unserer Coaching-Aufgabe höchstmögliche Standards herzustellen und zu erhalten. Diese entwickeln wir gemeinsam im Coaching-Team!
- **„Representation“**: Wir setzen uns stets für das Standing des Unternehmens und des Coaching-Bereichs ein. Coaching funktioniert nur mit ausreichend Commitment der Mitarbeiter. Den wahrgenommenen Erfolg des Coaching-Modells erfassen wir über standardisierte Umfragen.
- **„Persistence“**: Wir kümmern uns proaktiv und ausdauernd um eine Kontaktaufnahme und eine produktive Arbeitsatmosphäre gegenüber zu betreuenden Teamchefs; für den Austausch, die Absprache mit anderen Coaches und eine optimale Planung und Einteilungen für Coaching-Einsätze über den Vertrieb.

Definition des Aufgabenbereichs Coach

1. Coach = Mentor = Betreuung vor, während und nach einem Werbeeinsatz für einen zugeteilten TC (Beobachten, Auswerten, Beraten, Unterstützen) durch:
 - Telefon/Skype-Coaching & Coaching-Einsätze (1-3 Tage).
 - Zielvereinbarungen mit TCs und Feedback-Gespräche auf Basis der Auswertung und Reflexion von Wochenergebnissen aus den Teams.
 - Berichterstattung im Austausch mit dem Vertrieb und über Coaching-Berichte im Wesser-Coach.
2. Entwicklung des Coaching-Bereichs
 - TakeOFF-Meeting: Ergebnisse und Erkenntnisse aus dem Vorjahr.
 - Teilnahme an Coaching-Meetings (ca. 4-5 im Jahr 2019) zur Aktualisierung und Weiterentwicklung der „Coaching-Standards“, des „Phasenmodells im Coaching“ und des „Anforderungsprofils für TCs“, sowie der Erstellung von Arbeitsmaterialien und Inhalten für den Wesser-Coach.
 - Wenn möglich Teilnahme an Fokus-Meetings des Vertriebs (monatlich), TC-Schulungen, TC-Treffen und Workshops.

Abläufe im Coaching & Qualitätssicherung

- Die zeitliche Planung von Coaching-Einsätzen wird im Vertrieb gesteuert.
- Die Verfügbarkeit eines Coaches wird mindestens 5 Wochen im Voraus im Coaching-Kalender eingetragen und aktualisiert. Dabei werden Einplanungsgespräche mit dem Vertrieb proaktiv von den Coaches gesucht. Der Coach zeigt dabei selbstständig Möglichkeiten für Coaching-Einsätzen auf.
- Werbeeinsätze finden nach Möglichkeit von Sonntagabend bis Dienstagabend/Mittwochvormittag statt, in manchen Situationen kann ein Einsatz von Donnerstag-Samstagabend/Sonntagvormittag ebenfalls angebracht sein. Ein Coach sollte nach Möglichkeit 2 volle Arbeitstage im Team verbringen und sich darüber hinaus genügend Zeit für Feedbackgespräche mit dem TC nehmen. Der Coach orientiert sich dabei immer am „Feedback-Modell“.
- Der Coach wird zu einem Mentor für einen zugeteilten TC. Der Coach ist dazu aufgefordert selbstständig die Entwicklung eines zu betreuenden TC zu dokumentieren, auszuwerten und muss in der Lage sein, Auskunft zum aktuellen Stand geben zu können. Findet ein Wechsel des Coaches für einen TC statt, so wird der neue Coach vom ehemaligen Coach über alle wichtigen Aspekte informiert.
- Während der Betreuung eines TC bemüht sich der Coach um eine konsequente Umsetzung der „Coaching-Standards“, des „Phasenmodell im Coaching“ und des „Anforderungsprofil für TCs“. Das Coaching-Modell steht für wichtige Werte und Normen ein. Eine Repräsentation dieser Werte und Normen findet durch die Coaches auch außerhalb der Coaching-Einsätze und der Betreuung statt (Austausch mit Mitarbeitern, Veranstaltungen, etc.)
- Jeder Coach sendet seine Produktion unabhängig vom Team selbstständig nach Stuttgart zu Wesser, erstellt einen kurzen Coaching-Bericht (standardisierte Vorlage) im Wesser-Coach und sendet eine Mail (standardisierte Vorlage) mit dem Link zum Bericht und seinen Werbeergebnissen innerhalb von 5 Tagen nach dem Coaching-Einsatz an den Vertrieb.
- Der Coach bemüht sich um einen regen Informationsaustausch mit dem Vertriebsteam und leitet wichtige Informationen an den Vertrieb weiter. Im Gegenzug leitet der Vertrieb wichtige Informationen an die Coaches weiter.
- Rolle des Headcoachs: Er ist selbst als Coach im Einsatz und darüber hinaus Ansprechpartner für Probleme, Fragen und alle inhaltlichen Aspekte im Coaching. Er stellt benötigte Leistungswerte der TCs und Teams für die Coaches zur Verfügung, organisiert Coaching-Meetings und erarbeite benötigte Inhalte. Er holt Feedback bei den Teamchefs und Coaches ein und führt Feedback-Gespräche mit den Coaches. Er ist verantwortlich für eine korrekte Abrechnung der Coaches und sorgt für die Zielerreichung des Coaching-Modells 2019. Er ist Bindeglied zwischen Vertrieb- und Coaching-Bereich.