



Was Unternehmen heute für Mitarbeiter brauchen um erfolgreich am Markt zu bestehen ...

Sie brauchen Mitarbeiter, die Wünsche und Ziele haben, Mitarbeiter, die einen hohen Anspruch an sich und das Leben haben.

Wenn Sie Chef wären

Sie haben vor ein neues Gebiet mit einem neuen Außendienstmitarbeiter zu besetzen. Sie schalten Anzeigen. Aus der Vielzahl der Anzeigen filtern Sie zwei Interessenten raus. Sie führen mit beiden ein, zwei Gespräche. Die Grundbedingungen sind für alle geklärt, ihr Kopf weiß aber noch nicht für welchen dieser beiden Kandidaten Sie sich entscheiden sollen.

Ihnen kommt über Nacht eine Idee. Sie laden beide Kandidaten noch einmal ein und stellen dem ersten Ihre Frage: „Junger Mann, was haben Sie für Ziele und Wünsche so für die nächsten 2-3 Jahre und wo sehen Sie sich in den nächsten 5-10 Jahren?“ Der erste Kandidat guckt Sie an und sagt: „Mein größter Wunsch ist dieser Job hier und, dass die Familie gesund bleibt. In den nächsten 5-10 Jahren möchte ich immer noch für Sie arbeiten. Das ist eigentlich alles“.

Der zweite Kandidat sagt: „Ziele und Wünsche habe ich einige. Wo soll ich da beginnen? Ich möchte mir für die Freizeit gern eine Honda, wissen Sie, das neue Modell CBR 600 RR kaufen. Meine Frau die möchte mit mir unbedingt mal eine Fahrt auf der AIDA machen und unsere Mietwohnung soll auch mal ein schönes Häuschen werden wo die Kinder sich austoben können. In 5 Jahren würde ich mir gern eine höhere Position erarbeiten und in 10 Jahren mich vielleicht auch selbständig machen“.

Welchen dieser Herren würden Sie einstellen, welcher dieser Herren bringt Ihnen große Nutzen und schafft für sich selbst eine Motivation?

**Wenn du ein Schiff bauen
willst, dann trommle nicht
Männer zusammen, um Holz zu
beschaffen, Aufgaben zu
vergeben und die Arbeit zu
verteilen, sondern lehre sie die
Sehnsucht nach dem weiten
endlosen Meer.**

antoine de saint exupéry

Oft haben Mitarbeiter zu geringe Wünsche und Träume, sie sind zu bescheiden für Ihren Unternehmenserfolg. Ihre Ziele sind keine kleinen Etappenziele, vergleichbar mit einer langen Schiffsfahrt, die viele Stationen hat und ein ganz, ganz großes Reiseziel. Oder ...,

Mitarbeiter haben Wünsche und Träume und denken, dass sie diese eh nie erreichen werden und ihnen das sowieso nicht zusteht.

Wie bekommen Sie nun die „richtigen“ Mitarbeiter?

Ich würde möchte Ihnen gern von einem Kunden berichten. Dieser Kund rief mich, weil die Verkaufsergebnisse von Jahr zu Jahr schlechter wurden.

Er schilderte mir sein Problem: „ Wir haben die teuersten und besten Ingenieure, die es in Deutschland gibt. Diese Mitarbeiter sind hochqualifiziert und bekommen jedes Jahr weltweit die besten fachlichen Weiterbildungen, um sich mit den Produkten sehr gut auszukennen und unsere Kunden erstklassig zu beraten. Dennoch sind die Verkaufsergebnisse schlecht und werden von Jahr zu Jahr schlechter. Die Mitarbeiter fahren nicht mehr so gern zu Terminen, sie halten sich lieber im Büro auf und machen Angebote für ihre Kunden. Ich muss immer wieder zu Kundenbesuchen drängen. Die Besuchsberichte sind kaum aussagefähig. Wenn ich danach frage, dann sagen mir meine Leute, dass der Kunde nicht viel erzählt. Er will halt einfach nicht, weil er keinen Bedarf hat“.

Mein Kunde war ratlos und bat mich um Unterstützung.

Zuerst habe ich in allen 3 Fachbereichen (es waren 3 unterschiedliche Produktgruppen) Briefing/Analysetag durchgeführt. Ich bin mit jeweils 3 Mitarbeitern der jeweiligen Fachabteilung mit raus zum Kunden gefahren. Ich habe die Gespräche vor Ort und die Präsentation des Unternehmens live erlebt und für mich analysiert.

Das Ergebnis stand fest. Die Mitarbeiter waren fachlich sehr spezialisiert, jedoch haben sie fast alle Regeln und Skills eines „Verkäufers“ gebrochen.

- die Landkarte des Kunden zu erforschen. Ist mein Kunde ein Techniker oder ein Kaufmann? Was sind seine Erfahrungen? Wo kann/muss ich helfen?
- Welche Bedürfnisse hat mein Ansprechpartner in seiner Position?
- statt zu informieren den Kunden zu fragen,
- usw. ...

Die Erwartungen einer Geschäftsleitung, Vertriebsleitung werden oft nicht erfüllt, wenn dem Personalleiter/In, Vertriebsleiter/In zu wenig bewusst ist, welche Fähigkeiten und Fertigkeiten, welche Kompetenzen der Mitarbeiter für eine bestimmte Stelle mitbringen muss und was das Unternehmen bereit ist zu schulen und zu trainieren.

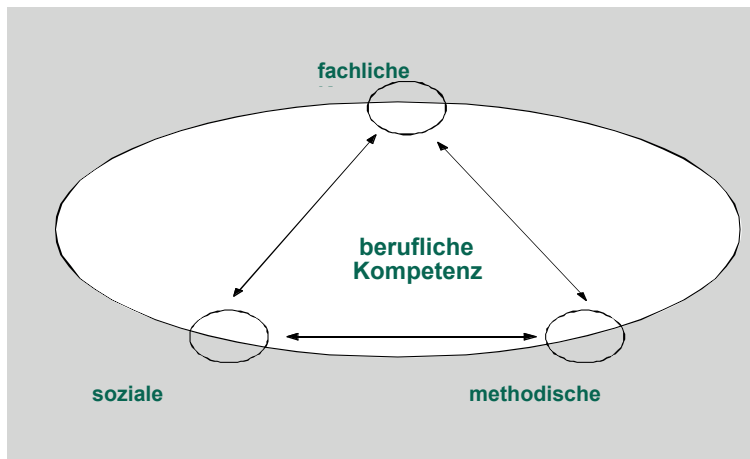
Es muss immer eine Frage bei der Einstellung lauten:

Was muss der Mitarbeiter für diese Position mitbringen und was wollen wir in welchen Bereichen investieren, damit der Mitarbeiter und das Unternehmen erfolgreich und zufrieden sind?

Die Lösung ist ein ausgewogenes Profil mit Fähigkeiten, Fertigkeiten und Kompetenzen entsprechend einer Stelle und die Zusage von Qualifikationen, die das Unternehmen übernimmt, um Lücken zu schließen.

Hier sollten Unternehmen darauf achten, dass sie Mitarbeiter danach auswählen, dass fachlich-, sachliche Dinge schneller und einfacher anzueignen sind, als soz. Kompetenzen, die ich brauche um Teams zu führen und an Kunden zu verkaufen.

Die Dreiteilung der beruflichen Kompetenz



Soziale Kompetenzen:

Teamfähigkeit, Durchsetzungsfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Belastbarkeit, Kreativität
Zielstrebigkeit, Kontaktfreudigkeit, Eigeninitiative, Selbstbewusstsein, analytisches
Denkvermögen, Kritikfähigkeit, Engagement, Flexibilität, Begeisterungsfähigkeit,
Verantwortungsbereitschaft, Leistungsbereitschaft, Entscheidungsbereitschaft

Methodische Kompetenz

Methodische Kompetenz lässt sich auch als Transfer-Fähigkeit, als Theorie-Praxis-Kompetenz oder als Anwendungsfertigkeit beschreiben. Begrifflich können Sie den Bereich der methodischen Kompetenz mit seinen verschiedenen Ausprägungen an dem Zusatz „-techniken“ erkennen:

Gesprächstechniken, Fragetechniken, Problemlösungstechniken,
Konfliktvermeidungstechniken, Kreativitätstechniken, Lerntechniken, Präsentationstechniken,
Moderationstechniken

**Ihre
Marion Lange**