



Verkaufstrainer

Dezember 2006

Guten Tag,

*in diesem Teil des **zweiten Kapitels "Kundenorientierung ist Chefsache"** sollten Sie sich über die Ziele Ihres Unternehmens klar werden. Denn wer seine Ziele nicht genau kennt, der kann auch nicht auf sie hinwirken. Je genauer die Unternehmensziele bestimmt sind, desto klarer ist die Verteilung der dazu notwendigen Aufgaben und deren Sinn. Dies ist eine ungeheure Motivation, sowohl für die Mitarbeiter als auch für die Unternehmensleitung.*

[Sie haben Probleme bei der Zielformulierung? Kein Problem, hier finden Sie einige von der Mobile erstellte Tabellen, die Ihnen dabei helfen.](#)

Veränderungsprozesse fördern

Wissen Sie um die Stärken Ihrer Firma? Und um die Engpässe? Schöpfen Sie die Entwicklungspotenziale aus? Freuen Sie sich über steigende Umsätze und Erlöse? Kommen Ihre Kunden immer wieder, weil sie sich bei kompetenten Mitarbeitern in guten Händen wissen?

Mit diesen provokanten Fragen möchten wir Sie dazu anregen, über diese Punkte noch einmal nachzudenken und den Veränderungsprozess in Ihrem Hause zu fördern. Sollten wir Sie noch nicht überzeugt haben, dann werden Sie spätestens nach dem Lesen der folgenden Zahlen die Notwendigkeit neu einschätzen: Verschiedenste Kundenbefragungen und auch zahlreiche wissenschaftliche Studien zeigen, dass rund 80 Prozent der Kunden von der Leistung des befragenden Unternehmens nicht überzeugt wurden. Sie sind nur zufrieden oder sogar enttäuscht. In Schulnoten ausgedrückt heißt das, 80 Prozent der Unternehmen erhalten Noten von befriedigend und schlechter! Und bedenken Sie: Die Leistung in den Unternehmen wird von den Mitarbeitern erbracht. Die Kunden geben uns also ein wichtiges Feedback über das „Innenleben“ und damit über die Führung der Unternehmen und den Unternehmenswert.

Mal angenommen, Sie konnten alle oben genannten Fragen mit „Ja“ beantworten - welche Antworten werden Ihre Mitarbeiter geben? Kennen sie die Vision des Unternehmens, die Ziele, die Stärken und Engpässe, die Serviceversprechen? Identifizieren sie sich mit dem Unternehmen, übernehmen sie Verantwortung, gehen sie motiviert an ihre Aufgaben? Kennen sie überhaupt ihre Aufgaben? Wenn Sie auch diese Fragen mit „Ja“ beantwortet haben, können Sie an dieser Stelle getrost aufhören zu lesen. Ihr Unternehmen wird auch zukünftig am Markt erfolgreich sein. Konnten Sie nicht mit „Ja“ antworten, liegt es nun an Ihnen, Ihr Geschäft in die Hand zu nehmen und über einen neuen Weg für Ihr Unternehmen nachzudenken.

Unbestritten ist, dass uns nur Visionen und klare Ziele auf den richtigen Weg bringen. Nicht nur die Unternehmensleitung, sondern auch Mitarbeiter und Kunden brauchen Visionen und Leitbilder, an denen sie sich orientieren können, die sie motivieren. Sie brauchen Ziele, deren Erreichung ihnen Erfolgserlebnisse vermitteln, denn diese wiederum motivieren sie, neue Herausforderungen anzugehen. Die Mitarbeiter müssen wissen, wofür und warum sie sich engagieren sollen. Die Arbeit muss Sinn machen und Freude vermitteln. Wir brauchen eine Erfolgskultur in den Betrieben.

Wie sieht es mit den Visionen, Leitbildern und Zielen für Ihr Unternehmen aus? Wie steht es um die Kultur in Ihrem Betrieb? - Um diese zu formulieren und neu zu gestalten, sollten Sie systematisch und vor allem Schritt für Schritt vorgehen. Visionäres Denken und Handeln müssen dafür sehr pragmatisch definiert werden: entwickeln eines Kernauftrages für das Unternehmen, Bestimmen und Weiterentwickeln der Kernkompetenz, Konzentration auf Kernsortimente und Kerndienstleistungen, Ausbau dieser Kernleistung zur Differenzierung vom Wettbewerb. Visionen und Leitbilder haben nur dann eine Daseinsberechtigung, wenn sie alle Mitarbeiter in Bewegung setzen. Jede andere Form ist eine reine Alibi-Übung einer unzufriedenen Geschäftsleitung.

Die Geschäftsleitung und das Führungsteam ist immer Vorbild für die Mitarbeiter. Erfolgreiche Führungskräfte sind sich zusätzlich bewusst, dass sie dieses Vorbild vorleben müssen. Ein Chef, der sich selbst über seine eigenen Ziele nicht im Klaren ist, kann dieses auch nicht von seinen Mitarbeitern verlangen. Eine Führungskraft, die von den Mitarbeitern kundenorientiertes Denken und Handeln verlangt und Mitarbeiter über Wochen auf eine Entscheidung warten lässt, braucht sich nicht zu wundern, wenn ihre Strategien von den Mitarbeitern nicht umgesetzt werden.

Im Januar erfahren Sie im nächsten Teil dieses Kapitels, wie Sie Ihre Ziele erreichen können.

Mit freundlichen Grüßen, das Mobile – Team

