

# FIDILEI

Ihr Newsletter für Finanzdienstleister  
von AS TEAM

6. FEBRUAR 2008  
Ausgabe I - Januar 2008



*Liebe Leserin,  
lieber Leser,*

*erfolgreiche  
Unternehmen  
positionieren den  
Kunden auf  
Nr. 1 und sorgen  
dafür, dass dies auch  
im Arbeitsalltag so  
umgesetzt wird. Es  
folgen die Interessen  
des Unternehmens  
mit der Erreichung  
der wirtschaftlichen  
Ziele. An dritter Stelle  
stehen die  
Mitarbeiter, die am  
finanziellen Erfolg  
teilhaben sollen.  
Gehen Sie als gutes  
Beispiel voran und  
setzen Sie dies mit  
Ihrem Team um.*

*Ihr*

*Alois Summerer*

## **Kunde, Unternehmen, Mitarbeiter - eine klare interne Positionierung gibt Orientierung**

Wenn ich Ihre Mitarbeiter frage, wer der Wichtigste für Ihr Unternehmen ist, was würden sie antworten? Die Geschäftsleitung, der Chef, unsere Abteilung oder der Kunde? Erfolgreiche Unternehmen haben eine klare Positionierung und kommunizieren diese an alle Führungskräfte und Mitarbeiter.

### **Die Nr. 1 ist der Kunde**

Der Kunde finanziert mit seinem Geld das Unternehmen, die Gehälter, Investitionen, Technik, usw. Er ist zum größten Teil der Finanzier des Unternehmens und hat berechnete Wünsche und Erwartungen. Diese können enttäuscht, erfüllt oder sogar übertroffen werden. Wir bestimmen wesentlich mit, ob der Kunde frustriert, zufrieden oder begeistert ist von unserer Leistung. Dies ist für den langfristigen Unternehmenserfolg von größter Bedeutung. Zufriedene Kunden kaufen sehr wahrscheinlich wieder Produkte und Dienstleistungen. Begeisterte Kunden empfehlen Sie weiter und übernehmen damit Marketingaufgaben. Sie sind die glaubwürdigsten und kostengünstigsten Multiplikatoren Ihrer Leistung. Frustrierte Kunden erzählen ihre Erfahrungen 12 – 15 anderen potentiellen Interessenten weiter und sorgen für ein Negativ-Image. Schlechte Leistung und frustrierte Kunden sind teuer. Dies gilt nicht nur für den Vertrieb. Interne Abteilungen, wie z.B. IT, Personal, Revision haben interne Kunden und sind Dienstleister für eine andere Einheit. Eine hohe Serviceorientierung statt Machtgehebe oder Interessenlosigkeit hilft die Anliegen der internen Kunden schnell und kompetent zu lösen. Sie steigern damit Ihr Image und für das Unternehmen wird ein Mehrwert erwirtschaftet.

#### **Wie schaffen Sie eine hohe Kundenorientierung?**

- Formulieren Sie mit Ihren Mitarbeitern konkrete Kundenversprechen /Servicestandards, z.B. Rückruf noch am gleichen Tag oder innerhalb von 24 Stunden,
- Stellen Sie die Bedeutung und den Nutzen einer hohen Kundenorientierung heraus und überzeugen Sie auch skeptische Mitarbeiter.
- Kontrollieren Sie die Umsetzung der Servicestandards und geben Sie Feedback.
- Diskutieren Sie im Team die Erfahrungen mit der Umsetzung und überlegen Sie gemeinsam, wie sie den Service noch verbessern können.

## **Mitunternehmertum - Einen Mehrwert für das Unternehmen schaffen!**

Das Unternehmen ist die Nr. 2 in der Positionierung. Worin besteht durch meine Leistung ein Mehrwert für das Unternehmen? Diese zentrale Frage sollen sich Führungskräfte und Mitarbeiter immer wieder stellen und stellen lassen.

Leider erlebe ich bei meinen Kunden auch, dass Personen das Unternehmen ausbeuten. Die Leistung ist von der Qualität und Quantität minderwertig. Lange private Telefongespräche, kein Interesse an Servicestandards, hohe Krankheitsrate... Dies geht teilweise bis zur absichtlichen Schädigung.



KUNDE  
Unternehmen      Mitarbeiter

*Alle machen mit:*

WIR GEBEN



### **Mitunternehmertum lässt sich nicht anweisen, sondern ist ein Entwicklungsprozess.**

- Achten Sie darauf, dass sich die Mitarbeiter mit der Arbeit identifizieren können.
- Stellen Sie die Vorteile des Unternehmens heraus.
- Vertrauen, Zuverlässigkeit und Erfolg schaffen Identifikation.
- Konstruktive Kritik am Unternehmen ist hilfreich und notwendig.
- Achten Sie auf ein positives Arbeitsklima.
- Bieten Sie Entwicklungschancen und sorgen Sie für die nötigen Ressourcen durch Hierarchie und Fachbereiche, wie z.B. Personal.
- Weisen Sie polemische Kritik am Unternehmen zurück und fordern Sie Fairness.
- Beteiligen Sie situativ angemessen Mitarbeiter an Entscheidungen.
- Loben Sie hohes Engagement und stellen Sie den Nutzen für das Unternehmen heraus.
- Fragen Sie die Mitarbeiter nach dem Mehrwert ihrer Arbeit und wie sie diesen steigern können.
- Setzen Sie sich dafür ein, dass die Leistungsträger auch am wirtschaftlichen Wachstum des Unternehmens teilhaben.

### **Die richtigen Mitarbeiter führen**

Die Qualität der richtigen Mitarbeiter ist der dritte Erfolgsfaktor. Geben Sie sich nicht mit Mittelmass zufrieden. Die Herausforderungen nehmen zu. Marktprobleme, veränderte Kundenerwartungen, vakante Stellen durch einen leeren Arbeitsmarkt müssen gelöst werden. Dazu braucht es motivierte und fachkompetente Mitarbeiter.

#### **Die langfristige Leistung der Mitarbeiter ist ein Spiegelbild Ihrer Führungsqualität.**

- Wie finden wir die Besten? – überprüfen und verbessern Sie das System der Personalsuche und –auswahl.
- Sorgen Sie für eine qualifizierte Einarbeitung.
- Überlegen Sie mit jedem Mitarbeiter je nach Potential und Aufgabe seine individuelle Weiterentwicklung.
- Achten Sie darauf, ob der Mitarbeiter an der richtigen Stelle ist oder ob andere Aufgaben sinnvoller für ihn und das Unternehmen wären.
- Sprechen Sie klar Ihre Leistungserwartungen an und bieten Sie Unterstützung zur Erreichung.
- Zeigen Sie angemessene Konsequenzen, wenn zumutbare Leistung verweigert wird und die geführten Gespräche zu keiner Veränderung beigetragen haben.

### **Unsere Kompetenz und Unterstützung für Sie:**

- Entwicklungsorientiertes Coaching in herausfordernde Führungssituationen
- Formulierung und Umsetzung von Servicestandards in der Abteilung oder im Team
- So werden wir ein TOP-Team!
- Konfliktmediation zur Klärung verfahrenerer Situationen