

Zeitgemäße Ausgestaltung von Unternehmensberatung

Was macht eine „gute und zeitgemäße“ Unternehmensberatung aus? 3+X Punkte: Besondere Kompetenz und Erfahrung des Beraters, seine ausgezeichneten Arbeitsmittel und die Kenntnis über alle relevanten und aktuellen Förderprogramme!

Die interne Ressource:

Eine Statusaufnahme im Unternehmen über die Stärken-Schwächen-Analyse, eine Bestimmung der persönlichen Einflussmöglichkeiten von Chef und Mitarbeiter, der Aufbau einer Service-Strategie, die Standort- und Wettbewerbsanalyse, die Entwicklung und Umsetzung verbesserter Arbeitsprozesse, die Qualifizierung und Motivation der Mitarbeiter -täglich gibt es für Manager neue Herausforderungen. Doch ihre Arbeitszeit ist begrenzt und viele ihrer Mitarbeiter sind im operativen Geschäft gebunden. So können wichtige Entscheidungen auf der Strecke bleiben, nur weil die interne Ressource fehlt.

Ein Unternehmensberater kann zur richtigen Zeit, am richtigen Ort mit dem richtigen Handwerkszeug sein. Er ist die externe Ressource, die intern genutzt werden kann. Um im richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu sein, muss der Berater für sich werben und präsent sein.

Das Handwerkszeug des Beraters:

Und wie ist es mit dem Handwerkszeug des Beraters? Es sind wenigstens 3 Punkte zu beachten: seine soziale und methodische Kompetenz, seine Erfahrung und seine Arbeitsmittel? „Der Auftraggeber für die Unternehmensberatung muss in jedem Fall auf vorangestellte 3 Punkte achten. Er sollte sich in keinem Fall ausschließlich auf einen Aspekt verlassen, auch nicht alleine auf nachprüfbare Referenzen“, betont André Gentz, Unternehmensberater mit dem Schwerpunkt ServiceKompetenz.

Vor Unterzeichnung:

Nicht weniger wichtig sind operative (strategische) Themen: so ist es sehr wichtig, die Ziele zu bestimmen, die der Unternehmer mit seinem Berater erreichen will. Und zwar vor Unterzeichnung des Beratervertrages! Aus diesen Zielen lassen sich einzelne Maßnahmenpakete schnüren, deren Aufwand durch Beratertage abgeschätzt wird.

Branchenkenntnisse:

Immer noch wird unterschätzt, wie sinnvoll es sein kann, branchenfremde Kompetenz heranzuziehen: Das bringt frischen Wind, andere Sichtweisen und ggfs. echte Innovationen in das Unternehmen.

Soft Skills:

Sind die Fragen zu den Hard Facts geklärt, muss eine Unternehmerin, ein Unternehmer immer noch an die Soft Skills denken. Es ist die soziale Kompetenz gemeint: vertraue ich dem Berater und wird er sich schnell bei uns einfügen? Neben seiner fachlichen Qualifikation muss ein Berater also auch menschlich überzeugen. Er hat Kontakt mit sehr unterschiedlichen Menschen in verschiedenen Rollen -vom Bauarbeiter über Vertriebsmitarbeiter bis zum Chef. Fingerspitzengefühl ist nötig, um die Mitarbeiter für die Beratungsprojekte zu gewinnen, die notwendige Akzeptanz herzustellen und für Nachhaltigkeit zu sorgen. Auch wichtig ist der Wissenstransfer. Der Berater sollte bereit sein, sein Know-how mit den Mitarbeitern und dem Management zu teilen. Dabei setzt er eine flexible Methodik ein: Ein guter Berater passt sich neuen Situationen an, wobei seine Arbeitsmittel speziell auf das Unternehmen abgestimmt sind. Der Berater arbeitet transparent: Einzelne Schritte und der Aufwand (Zeitaufschreibung) sind im Prozess erkennbar.

Wichtigkeit von Referenzen:

Nachprüfbar Referenzen sind erst wirklich dann hilfreich, wenn diese aufzeigen, dass der Berater ein ähnliches Problem in der Vergangenheit gelöst hatte. Allgemeine Listen mit Referenzen haben keine Aussagekraft, gerade dann nicht, wenn nur Firmen-Logos mit Schlagworten dazu abgebildet sind.

Umsetzung:

Papier ist geduldig. Deshalb an dieser Stelle die Betonung der Maßnahmenpakete. Im Idealfall sind in einem Handlungsplan nicht nur die zu bearbeiteten Maßnahmen aufgeführt, sondern auch ganz konkrete Hinweise auf die Umsetzung. Und wenigstens ein Maßnahmenpaket sollte der Berater auch mit umsetzen.

Erfolgsorientierung:

Ein Beratungsprozess ist erst erfolgreich, wenn sich das neu gewonnene Know-how und Instrumentarium im Alltag bewährt. Daher übernimmt ein „guter“ Unternehmensberater auch Verantwortung für die konkrete Umsetzung der erarbeiteten einzelnen Schritte zum Unternehmenserfolg. Er muss im Thema bleiben, bis das Unternehmen Teilziele oder auch Gesamtziele erreicht hat. So setzt die Beratungsfirma „ServiceGut“ gewonnene Erkenntnisse operativ in die Unternehmenspraxis um. Getreu der Philosophie: „Erst wenn der Unternehmer Erfolge sieht, klinken wir uns wieder aus. Und das -wohl bemerkt- im Rahmen des Budgets!“, betont André Gentz, Inhaber der Firma ServiceGut.

Beraterhonorar:

Und noch kurz zwei Worte zum Budget bzw. den Beraterkosten. In der Mittelstandberatung sind Tagessätze um die 1.500 Euro üblich. Ausschlaggebend sind „an sich“ die 3 genannten Punkte Kompetenz, Erfahrung und Arbeitsmittel. Im Zusammenhang mit den Kosten sei aber hier noch das Thema Fördermöglichkeiten genannt. Ein „guter“ Berater ist in den namhaften Beraterdatenbanken gelistet, einem namhaften Verband zugehörig und kennt sich bestens aus mit Bafa, Kfw-Existenzgründer Coaching, Potentialberatung und BildungsCheck.

Zusammenfassung:

Was macht also eine „gute und zeitgemäße“ Unternehmensberatung aus? 3+X Punkte: Besondere Kompetenz und Erfahrung des Beraters, seine ausgezeichneten Arbeitsmittel und die Kenntniss über alle relevanten Förderprogramme! Themenbezogen sollten Auftraggeber noch auf folgende Aspekte achten: 1. nachprüfbar Referenzen und branchenübergreifende Erfahrung 2. Kommunikation und Vertrauen 3. Umsetzungsplan und Erfolgsorientierung. Die genannten Aspekte erleichtern die Auswahl. Wer sie alle ins Auge fasst, wird Unternehmensberatung klar zu seinem persönlichen und unternehmerischen Vorteil nutzen. Unternehmensberater André Gentz beherzigt alle diese Aspekte und begleitet Unternehmen bezüglich der neuen Herausforderungen zur Wissensbilanz und Produktivität von Dienstleistungen (ServiceGut).

Unternehmensinformation / Kurzprofil:

Die Firma ServiceGut ist Unternehmensberatung, aber auch Marketingagentur und Schulungseinrichtung. Beratungsziel ist es, die Dienstleistungskompetenz von Unternehmen weiter zu entwickeln und sie dabei zu unterstützen, Ihre Kundschaft mehr als nur zufrieden zu stellen.

Das komplette Dienstleistungsangebot von Agentur ServiceGut können Sie einsehen unter www.servicegut.com.

Unsere Kernkompetenz

- * Marketing, Vertrieb und Projektmanagement
 - * Service, Entwicklung von Dienstleistungen
 - * Instrumente zur Einbindung und Motivation der Mitarbeiter und Kunden
 - * Nutzung der Neuen Medien, Online Arbeitsmittel und Mitmach Web
-

Leseranfragen:

Agentur für Service-Engineering und Standortmarketing

Dipl. Ing. André Gentz

Ulmenweg 19

D-53913 Swisttal

T: 0 22 26/ 15 83 78

F: 0 22 26/ 15 83 80

M:0 171/ 47 656 18

a.gentz@servicegut.com

www.servicegut.com

Mitglied im Institut für Betriebsberatung, Wirtschaftsförderung und –forschung e.V.,

Weitere Infos zur Pressemeldung:

<http://www.servicegut.com>

Diese Seite kommt von

<http://www.firmenpresse.de>

Die URL für diese Seite ist:

<http://www.firmenpresse.de/pressinfo158560.html>