



Floskeln versus Wachstum.

Artikel von Rolf P. Gruber

Oft beschreiben sich Unternehmen als «kundenorientiert», «flexibel», oder «vertrauenswürdig». Diese Worte mögen intern einen Wert haben, als Aussagen gegen aussen sind sie reine Floskeln und somit ungeeignet zur Veröffentlichung. Denn wer möchte als Kunde schon mit einem Kunden missachtenden und unflexiblen Unternehmen, dem man nicht vertrauen kann, zu tun haben? Wollen Sie erfahren, wie Sie sich von solchen Floskeln befreien und daraus Wachstum für Ihr Unternehmen generieren können? Dann lesen Sie weiter.

Die meisten unserer neuen Mandanten stecken – bevor wir sie daraus befreien – in der Floskel-Falle fest. Vor allem in der Qualitäts-, Service- und Kompetenz-Falle. Denn viel zu oft sagen Unternehmen: «Wir stehen für Qualität» oder «Unsere Stärke ist der Service» oder «Unsere Kompetenz zeichnet uns aus». Auch solche Statements mögen einen internen Zweck erfüllen, gegen aussen taugen sie ebenfalls nichts. Auch hier gilt: Wer möchte als Kunde schon eine schlechte Qualität, einen miserablen Service oder einen unkompetenten Gesprächspartner erleben?

Gegen innen können solche Attribute jedoch Sinn machen, aber nur, wenn das «Wie» definiert ist. Denn im «Wie» liegen die verborgenen Schätze vergraben. Schätze, die zu echtem Wachstum führen.

Fragen Sie sich zum Beispiel:

«Wie sieht Kundenorientierung bei uns im Detail aus, und durch welche Massnahmen wird diese Kundenorientierung laufend verbessert?»

Oder:

«Wie steigern wir die Kompetenz unserer Mitarbeitenden?»

«Wie gelingt es uns, zukünftig geforderte Kompetenzen vor auszusehen und bereitzustellen, und wie sehen die Massnahmen aus, um den zukünftigen Herausforderungen gewachsen zu sein?»

Wie man sieht, generieren unbesonnen formulierte Adjektive und unreflektierte Äusserungen gegen aussen eine Menge Arbeit, wenn man sie gegen innen ernst zu nehmen beginnt.

Nichts desto trotz: Die oben beschriebenen internen Arbeitsprozesse lohnen sich zu hinterfragen. Laufend implementiert und durch einfach zu kontrollierende Massnahmen ergänzt, fördern sie das Wachstum eines Unternehmens. Alles was Sie tun müssen, sind Kreativ-Workshops einzurichten, in welchen diese Fragen Beachtung und Umsetzung finden. Sie werden staunen, wie weit Sie mit dieser einfachen Aktion kommen.

Und wer moderiert diese Workshops für Sie?
Richards & Gold natürlich.

Herzlichst, Ihr Rolf P. Gruber

Richards & Gold GmbH

Brand Coaching

Dörflistrasse 50, CH-8050 Zürich

Tel.: + 41 44 421 41 41

Mail: info@richards-gold.ch

Web: www.richards-gold.ch