

#PD CONSULTING

# VON DER ERLEDIGUNGSORIENTIERUNG ZUR ERGEBNISORIENTIERUNG

Ein Quantensprung im Denken, was die Effektivität\* Ihres Unternehmens betrifft

EFFEKTIV ARBEITEN BEDEUTET, SO ZU ARBEITEN,  
DASS EIN ANGESTREBTES ERGEBNIS ERREICHT WIRD



# WIR TUN UNS LEICHTER IM TUN ALS IM DENKEN

## ALLGEMEINES

Je dringender ein Problem ist, das wir lösen möchten, desto schneller sind wir dabei, etwas zu TUN. Über diesem TUN vergessen wir allerdings, dass das Ziel z.B. nicht ein Verkaufstraining ist, sondern den Umsatz zu steigern. Unser System Mensch liebt es zu TUN. Es gibt uns Sicherheit. Wenn wir allerdings nur Haken dahinter setzen, was wir getan haben und nicht, was dieses TUN für eine Wirkung hatte, dann werden wir die Ziele nicht erreichen.

# ZIELE - SELTEN WERDEN SIE ERREICHT



## DEN BLICK ZUM THEMA ZIELE ÄNDERN

Wir beschäftigen uns meistens damit, ob die Maßnahmen für das Ziel erledigt worden sind. Das bringt uns allerdings unserem Ziel nicht näher.

## SCHNELL ZU MERKEN, WENN ES NICHT FUNKTIONIERT

Meistens merken wir gar nicht oder erst sehr spät, wenn etwas nicht funktioniert. Wir haben bis dahin dann oftmals schon viel Zeit und Geld verbrannt.

## ANPASSUNG DER MASSNAHMEN

Je schneller wir merken, dass es nicht funktioniert, desto schneller können wir unsere Maßnahmen anpassen und auf der Zielgeraden bleiben.



## INSPIRIERENDE WORTE

Wenn Sie jedem sagen, er solle ins Zentrum Europas reisen, und einige begeben sich in Richtung Frankreich, andere in Richtung Deutschland und wiederum andere nach Italien, ist das nicht gut. Zumindest nicht, wenn Sie möchten, dass alle in die Schweiz reisen.

Um bei diesem Beispiel zu bleiben. Wir haben uns gewundert, dass wir allein in der Schweiz saßen, haben aber immer nur kontrolliert, ob auch alle unterwegs sind. Und das waren sie. Wir haben nicht kontrolliert, welches Ticket sie gekauft haben..

# Bisherige Vorgehensweise

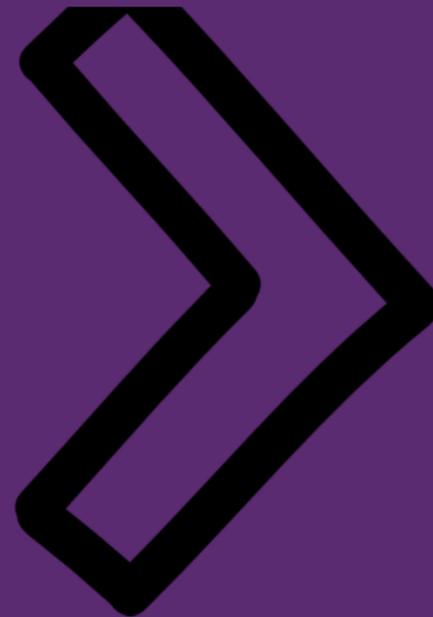
## Wenn Ziele formuliert wurden

### ZIEL

Was möchten wir erreichen?

Beispiel:

Umsatzsteigerung um 3 %



### MASSNAHMEN

Wie wollen wir das erreichen?

Beispiel:

- Verkaufstrainings
- Marketing erhöhen
- Onlineshop einrichten

# BISHERIGE VORGEHENSWEISE

## KONTROLLE DER MASSNAHMEN

Jetzt wurden alle aufgelisteten Maßnahmen kontrolliert, ob sie auch erledigt worden sind. Sowohl Unternehmer, als auch Mitarbeiter konnten dann einen Haken dahinter setzen.

Ergebnis: Die Ziele wurden trotzdem meistens nicht erreicht



# Neue Vorgehensweise

## Wenn Ziele formuliert werden

### ZIEL (IMPACT)

Definiation des Ziels  
Was soll erreicht werden?

### ERGEBNIS (OUTCOME)

Welches Ergebnis wollen  
wir erzielen?

### WAS WIRD ERREICHT? (OUTPUT)

Was haben wir, was wir  
vorher nicht hatten?

### MASSNAHMEN (INPUT)

Mit welchen Maßnahmen  
erreichen wir das?



# BEISPIEL WIE SOWAS AUSSEHEN KANN

Ziel (Impact)	Ergebnis (Outcome)	Output (Was wird erreicht)	Input (Maßnahme)
Umsatzsteigerung	Der Umsatz je <u>Vk</u> -MA steigt um XY	Die Kompetenz der VK MA steigt	Verkaufstrainings
	Der Umsatz je qm steigt um XY	Die Anzahl Kunden nimmt zu	Neuen Lieferanten aufnehmen
	Teile pro Kunde steigt um XY	Die Kunden fühlen sich wohl	Flächenumbau
	Bekanntheit unseres Unternehmens nimmt zu (Anzahl der unsere Seite auf Facebook abonniert steigt um XY)	Wir sind in ständigem direkten Kontakt mit unseren Kunden	Werbung auf <u>Social</u> Media steigern
	Umsatzanteil Online hat eine Größe XY vom Gesamtumsatz	Unsere Kunden kaufen auch nach Geschäftsschluss bei uns ein	Onlineshop einführen

# BEISPIEL FÜR GUTE ZIELE

- Unsere Kunden sind von unseren Angeboten und unseren qualifizierten und motivierten Mitarbeitern begeistert
- Unsere Kunden bekommen einen verblüffend einfachen Bestellprozess in unserem Onlineshop und sind begeistert



# ZIELE SOLLTEN

- ehrgeizig sein (sie motivieren das Team und fordern es gleichzeitig heraus)
- einprägsam sein (kurz und knapp, einfach geschrieben und für jeden verständlich und leicht zu merken)
- qualitativ sein (sie enthalten keine Zahlen)
- zur Unternehmenskultur passen
- nicht mehr als 2 -4 Ziele pro Organisationsebene (Fokussierung auf das Wichtigste)



# BEISPIELE FÜR SCHLECHTE ZIELE

So sollten Ziele nicht  
formuliert werden

Bessere  
Formulierung



STEIGERUNG DES  
UMSATZES AUF 1 MIO

ERZIELUNG VON  
REKORDUMSÄTZEN BEI  
STEIGENDER RENTABILITÄT

# ERKLÄRUNG



- Ein Ziel sollte keine Zahlen enthalten
- 1 Mio. Umsatz sagt nichts über die Rentabilität. Um welchen Preis erkaufen wir uns den Umsatz

# BEISPIELE FÜR SCHLECHTE ZIELE

So sollten Ziele nicht  
formuliert werden

Bessere  
Formulierung



ERREICHUNG DER  
MARKTFÜHRERSCHAFT

WIR ZIEHEN DIE  
BESTEN MITARBEITER  
AM MARKT AN UND SIE  
BLEIBEN MIT  
BEGEISTERUNG BEI UNS

# ERKLÄRUNG



- Wie messen wir Marktführerschaft? Woran erkennen wir das?
- Marktführerschaft um welchen Preis?

# FAZIT

## DAS ZIEL IST DAS WICHTIGSTE

je mehr Gedanken Sie sich zum Thema Ziel machen, desto leichter fallen Ihnen dann anschließend die nächsten Felder, um dem Ziel eine Maßgröße zu geben und es schnell zu kontrollieren.

Wenn Sie damit starten sollte ein Ziel in max. 3-6 Monaten erreicht sein. Für längerfristige Ziele gibt es eine andere Vorgehensweise, die ich Ihnen gerne zeige, wenn es für Sie von Interesse ist.



# MEILENSTEINE

## ZIELE DEFINIEREN

Auf Basis von

- Impact
- Outcome
- Output
- Input

## WÖCHENTLICHE KONTROLLE

Der zuständige Mitarbeiter kontrolliert anhand der definierten Meßgrößen den Fortschritt der Entwicklung und notiert das in Prozent

## MONATLICHE KONTROLLE

Monatlich präsentiert Ihnen der Mitarbeiter die Entwicklung anhand der Meßgrößen, die definiert worden sind

## WAS WIRD BENÖTIGT

in diesen Besprechungen geht es nur darum, was wurde erreicht und was benötigt der Mitarbeiter, um weitermachen zu können

## KREISLAUF

Es sollten pro Abteilung nur 2- 4 Ziele definiert werden. Wenn ein Ziel erreicht wurde, dann wird ein Neues Ziel definiert