

AUF KURS ZU NEUEN UFERN!



Guten Start!



COMMIT: FORUM

iNSPIRATION – iDENTIFIKATION – iNNOVATION

LEITBILD WORKBOOK



DIE ZUKUNFT RUFT!



„ALLES LEBEN IST PROBLEMLÖSEN“ – sagte der Philosoph Karl Popper. Das ist dementsprechend die KernAufgabe eines jeden Unternehmens: Die Probleme einer Zielgruppe zu lösen, deren Bedürfnisse zu befriedigen, deren Wünsche zu erfüllen – im Idealfall besser als es andere tun – als **AAA:Dienstleistungsmarke!** – und damit bester Aussicht auf ein **AAA:Rating** bei den Banken.

DIE ZUKUNFT RUFT WELLENREITER!

Die **Entwicklung & Umsetzung** ihrer ZukunftsStrategie verlangt insbesondere bei mittelständischen Unternehmen und Handwerksbetrieben nach einem Leitbild, das nicht mit einem überhöhten **Purpose** daherkommt, wie das heute genannt wird, einem sakralen Glaubensbekenntnis gleich, sondern Ihre Leistungen und Problemlösungen eindeutig beschreibt, dazu klare **Leitlinien** formuliert und zu jeder Leitlinie eindeutige **Leitstandards** zur Umsetzung.



LEITBILD & LEISTUNG!



Aufgabe des Leitbildes ist es, allen Führungskräften, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern strategische Ziel-Orientierung zu bieten - was das Unternehmen im Allgemeinen betrifft und jeden einzelnen **DLB** = **DienstLeistungsBereich** – früher: **Ab-Teilung** – angeht.

Die **LEITLINIEN** beschreiben, in welcher **DienstLeistungsKultur**, nach welcher Philosophie und von welchen Werten geleitet das Unternehmen seine Leistungen erbringen will - für jeden einzelnen **DLB** in **WIR-FORM**. Die **LEITSTANDARDS** beschreiben dann die konkrete Anleitung zur Umsetzung in der **ICH-FORM** für das persönliche **Commitment** aller.



UNSER **SELBST**VERSTÄNDNIS

WER SIND WIR?

STATUS - UNTERNEHMEN & LEISTUNGEN

CHRONIK - BIOGRAPHIE - PHILOSOPHIE

WELCHE Probleme lösen wir?

WAS ist unser MARKEN-KERN?

WORIN liegt unsere EINZIGARTIGKEIT?

WAS erleben unsere KUNDEN mit uns?

WIE ANZIEHEND IST UNSERE

SERVICEMARKE? 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

WIE ANZIEHEND IST UNSERE

ARBEITGEBERMARKE? 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10



UNSERE **VISION**

Bei der Definition der VISION steht die Definition der Kundenprobleme und darauf abgestimmt die Definition der Problemlösungskompetenz des Unternehmens an erster Stelle. Dazu werden die Antworten auf diese wesentlichen Fragen gefunden:

WO SEHEN WIR UNS IN 3 - 7 JAHREN?

WIE MEISTERN WIR DIESE HERAUSFORDERUNGEN:

- UNTERNEHMEN & STRATEGIE
- FÜHRUNG & LEISTUNGSKULTUR
- KOMMUNIKATION & STIL
- SERVICE & EXZELLENZ
- TEAM & ENTWICKLUNG
- PERSON & PROFESSION
- LEISTUNG & LEITBILD



UNSERE **MOTIVATION** (WERTE)

Was ist uns wichtig, welche Faktoren, welche Werte, welche Leitlinien bestimmen unser Handeln bei der Erstellung unserer Leistung, bei der Vermarktung unserer Leistung, bei der Betreuung unserer Kunden?

DIESE WERTE STEHEN IN UNSEREM FOKUS



UNSERE **KONDITION**

Über welche Voraussetzungen, Ressourcen verfügen wir, welche müssen und wollen wir schaffen, um Menschen zu finden und zu entwickeln, die mit hoher Fach- und Sozialkompetenz in der Lage sind, die Probleme der Kunden in Bestform zu lösen, um deren Wünsche in Bestform zu erfüllen, um deren Erwartungen immer wieder zu übertreffen?

WELCHE LEITLINIEN & LEITSTANDARDS GELTEN FÜR UNSERE **FÜHRUNGSKRÄFTEENTWICKLUNG**

- UNSERE TALENT-ENTWICKLUNGS-LEITLINIEN
- UNSERE TALENT-ENTWICKLUNGS-STANDARDS
- UNSERE **PROFILE**
- UNSERE **PEP's** - PERSÖNLICHE **ENTWICKLUNGS-PLÄNE**

WELCHE LEITLINIEN & LEITSTANDARDS GELTEN FÜR UNSERE **MITARBEITERENTWICKLUNG?**

- UNSERE TEAM-ENTWICKLUNGS-LEITLINIEN
- UNSERE TEAM-ENTWICKLUNGS-STANDARDS
- UNSERE **PROFILE**
- UNSERE **PEP's** - PERSÖNLICHE **ENTWICKLUNGS-PLÄNE**



UNSERE **KOMMUNIKATION**

WELCHE LEITLINIEN & LEITSTANDARDS GELTEN FÜR UNSERE **EXTERNE KOMMUNIKATION?**

Wie gestalten wir unseren ServiceDialog in der **externen** Kommunikation mit Kunden, Interessenten und Öffentlichkeit?

- IM SCHRIFTLICHEN KUNDEN-DIALOG
- IM TELEFONISCHEN KUNDEN-DIALOG
- IM PERSÖNLICHEN KUNDEN-DIALOG

WELCHE LEITLINIEN & LEITSTANDARDS GELTEN FÜR UNSERE **INTERNE KOMMUNIKATION?**

Wie gestalten wir unseren ServiceDialog in der internen Kommunikation mit Mitarbeiterinnen & Mitarbeitern, Kollegen & Kolleginnen, mit LieferPartnern?

- IM FÜHRUNGS-DIALOG
- IM TEAM-DIALOG
- IM LIEFERPARTNER-DIALOG



UNSERE **KOOPERATION**

Wie gestalten wir unser tägliches Miteinander, unsere Führungskultur, unsere TeamKultur?

- UNSERE **FÜHRUNGS**LEITLINIEN UND -LEITSTANDARDS
- UNSERE **TEAM**LEITLINIEN – UNSERE LEITSTANDARDS



UNSERE **INNOVATION**

Wie gestalten wir unseren InnovationsProzess, unsere InnovationsProjekte, unsere Ideen- und LernKultur?

NEUE MÄRKTE

NEUE ZIELGRUPPEN

NEUE LEISTUNGEN

NEUE VERFAHREN

NEUE SERVICES

- UNSER **KIP** KONTINUIERLICHER **INNOVATIONS**PROZESS
- UNSERE **INNOVATIONS**LEITLINIEN UND -STANDARDS
- WIE FÖRDERN UND ENTWICKELN WIR UNSERE **KI** -
UNSERE **KÜNSTLICHE** INTELLIGENZ?
- WIE FÖRDERN UND ENTWICKELN WIR UNSERE **MI** -
UNSERE **MENSCHLICHE** INTELLIGENZ?



PRODUKT-, PROZESS- PERSÖNLICHE SERVICE-QUALITÄT

WELCHE STANDARDS ZUR UMSETZUNG GELTEN FÜR UNSERE **PRODUKTSERVICEQUALITÄT**?

WELCHE STANDARDS ZUR UMSETZUNG GELTEN FÜR UNSERE **PROZESSSERVICEQUALITÄT**?

WELCHE STANDARDS ZUR UMSETZUNG GELTEN FÜR UNSERE **PERSÖNLICHE SERVICEQUALITÄT**?



UNSERE **ICH**:LEITSTANDARDS - UNSER KONKRETES VERHALTEN

Wie setzen wir UNSERE WERTE ganz konkret um - entlang der kompletten **CUSTOMER-JOURNEY** auf der Basis der **3 P** in jedem einzelnen **SEP** - **SERVICE-ERLEBNIS-PUNKT** - in der ICH-Form formuliert - und somit für COACHES und KUNDEN sichtbar - hörbar - nachvollziehbar - in jedem einzelnen **DLB** - **DIENTSTLEISTUNGSBEREICH**:

1. **MARKETING & WERBUNG** **P P P**
2. **HOMEPAGE & ONLINESHOP** **P P P**
3. **TELEFON & KORRESPONDENZ** **P P P**
4. **ANFAHRT & ANKUNFT** **P P P**
5. **GEBÄUDE & UMFELD** **P P P**
6. **BETREUUNG & BERATUNG** **P P P**
7. **ANGEBOT & LEISTUNGSERSTELLUNG** **P P P**
8. **BESCHAFFUNG & LOGISTIK** **P P P**
9. **PRODUKTION & LIEFERUNG** **P P P**
10. **MONTAGE & ANWENDUNG** **P P P**
11. **WARTUNG & REPARATUR** **P P P**

**DIE PERSÖNLICHE SERVICEQUALITÄT ENTSCHIEDET -
IN JEDEM EINZELNEN SERVICE-ERLEBNISPUNKT IN
DER **AAA**:DIENTSTLEISTUNGSKULTUR:**



ENTWICKLUNG & INVESTITION

BILDUNG LEITBILD-PROJEKT-TEAM

- ideal GF und max. 5 Mitglieder aus allen Bereichen

-
- ❑ **Basis-StrategieWorkshop** - Plan: 2 StrategieTage
 - ❑ **FeinschliffWorkshop** Plan: 1 StrategieTag
 - ❑ **Konzept & Text ErstEntwurf** Plan: 2 KonzeptTage
 - ❑ **TextFinish** Plan: 1 interner Tag
-

❑ **LeitbildCoaching für das Führungsteam**

Vortrag - Präsentation - Inspiration

Wie vermitteln und coachen wir das Leitbild an Mitarbeiter?

❑ **LeitbildForum für das GesamtTeam**

Vortrag-Präsentation Identifikation & Motivation

Wie setzen wir/wie setze ich unser Leitbild im Alltag um?

Vinzenz Baldus – COMMi:COACH für den MITTELSTAND

3 Strategie-Tage	950,- €	3 x 950,- €	= 2.850,- €
3 Konzept-/Text-Tage	550,- €	3 x 550,- €	= 1.650,- €
1 Tag Führungsteam	950,- €	1 x 950,- €	= 950,- €
TeamInspiration AbendEvent		1 x 950,- €	= 950,- €

Reise-/Hotelpauschale	-	pro Tag	+	150,- €
-----------------------	---	---------	---	---------

Gemäß § 19 UstG berechne ich keine MwSt. mehr!

ZAHLUNGSVEREINBARUNG:

1/3 zum Projekt-Start

1/3 zum TextFinish

1/3 zur TeamInspiration

iNSPIRATION-iDENTIFIKATION-iNNOVATION IM ZEICHEN DES DELFINS!



GRUNDAUSBILDUNG

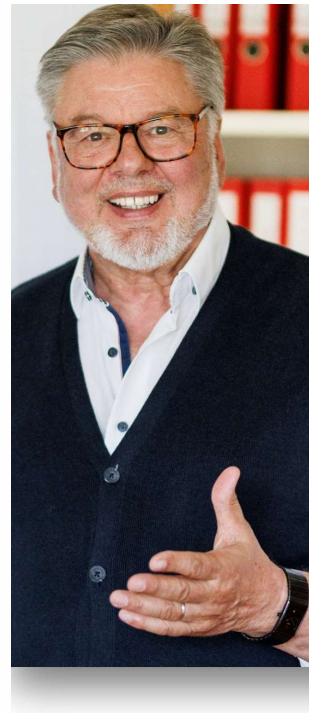
- Fachhochschulreife
- Industriekaufmann (IHK)
- Fachkaufmann Marketing (AKAD university & IHK)
- Inh. WirtschaftsDiplom – Betriebswirt (VWA)

FACHAUSBILDUNG

- Zert. Businesscoach (TAM)
- Zert. DISG-Trainer (persolog-profil)
- Zert. MSA-Master (Motiv-Struktur-Analyse)

PRAXISQUALIFIKATION

- Vorstandsassistent DEINHARD, Koblenz 1974 – 1975
- Leiter Marketing-Service & Vertrieb RASTAL 1975-1981
- Gesellschafter-GF AJB-Werbeagentur 1981 – 1987
- Leiter INSTITUT SERVICE:CONCEPT 1987 - 2002 **seither:**



iNSPIRATOR

WIRTSCHAFT & BILDUNG

AUTOR – TEXTER – EDITOR

EVENT:INSPIRATOR & PROZESS:MODERATOR

BAHNHOFSTRASSE 16 - 56459 STOCKUM/Ww.

Mob +49 (0) 171 693 1358

info@vinzenz-baldus.de - www.vinzenz-baldus.de