



DIE ZUKUNFT BEGINNT HEUTE

ORGANISATIONS- ENTWICKLUNG

■ CONSULTING ■ TRAINING ■ COACHING ■ AD INTERIM MANAGEMENT

»» TRANSFORMATION ZUM AGILEN UNTERNEHMEN

INHALT

Seite 3

FUTURUM MANAGEMENT

- »» PORTRAIT

Seite 4-5

AGILITÄT

- »» MIT 6 HEBELN ZUM TRANSFORMATIONSERFOLG
- »» AGILITÄT ALS ZIEL
- »» «AGILE KMU»-WHEEL®

Seite 6-7

STRATEGIE

- »» INNOVATIVES GESCHÄFTSMODELL (BUSINESS MODEL)
- »» INSPRIERENDE VISION & GEMEINSAME STRATEGIEENTWICKLUNG (VISION & STRATEGY)
- »» KONSEQUENTE STRATEGIEVERWIRKLICHUNG (CHANGE MANAGEMENT)

Seite 8-9

LEADERSHIP

- »» GELEBTE FÜHRUNGSWERTE (LEADERSHIP PRINCIPLES)
- »» NACHHALTIGE FÜHRUNGSENTWICKLUNG (LEADERSHIP DEVELOPMENT)
- »» FORDERNDES LEISTUNGSMANAGEMENT (PERFORMANCE MANAGEMENT)

Seite 10-11

HUMAN RESSOURCES MANAGEMENT

- »» ZIELGRUPPENORIENTIERTE ARBEITGEBER-ATTRAKTIVITÄT (EMPLOYER ATTRACTIVITY)
- »» NACHHALTIGE BESCHÄFTIGUNGSFÄHIGKEIT (EMPLOYABILITY)
- »» SMARTE ARBEITSZEITMODELLE (FLEX WORK)

Seite 12-13

ORGANISATION

- »» STRINGENTES BETRIEBSMODELL (OPERATING MODEL)
- »» CLEVERER EINSATZ AGILER METHODEN (AGILE COLLABORATION)
- »» OPTIMALE GESCHÄFTSPROZESSE (PROCESS EXCELLENCE)

Seite 14-15

VERTRIEB

- »» STEIGERUNG DER VERTRIEBSLEISTUNG (SALES EXCELLENCE)
- »» BEGEISTERENDE KUNDENERFAHRUNG (CUSTOMER EXPERIENCE)
- »» STARKE VERTRIEBSFÜHRUNG (SALES LEADERSHIP)

Seite 16-17

KULTUR

- »» MUTIGE INNOVATIONS- UND FEHLERKULTUR (INNOVATION & FAIL FAST)
- »» MITUNTERNEHMERISCHES DENKEN UND HANDELN (INTRAPRENEURSHIP)
- »» MOBILISIERENDE ERMÄCHTIGUNG (EMPOWERMENT)

Seite 18-19

METHODEN

- »» 4 METHODEN

Seite 20

- »» UNSERE ZUFRIEDENEN KUNDEN
- »» KONTAKT
- »» IMPRESSUM



„Das Geheimnis des Erfolgs ist, den Standpunkt
des anderen zu verstehen.“
-Henry Ford-

PORTRAIT

FUTURUM Management ist ein Netzwerk von Beraterpersönlichkeiten für eine ganzheitliche Organisationsentwicklung. Unsere kombinierte Einsatz- erfahrung umfasst sämtliche relevanten Elemente der Organisationsentwicklung für Unternehmen. Wir sind überzeugt, dass jede Organisation eine eigene Kultur und Erfolgsgeschichte besitzt.

ARBEITSWEISE

Wir begleiten unsere Kunden persönlich und individuell. In komplexen Beratungssituationen erarbeiten wir für unsere Kunden pragmatische und wertsteigernde Lösungen.

Mit unserem ganzheitlichen Ansatz unterstützen wir unsere Kunden von der Konzeption bis zur Umsetzung. Die Begleitung der Realisierung erfolgt je nach Bedarf mittels Trainings, Coaching oder Ad Interim Einsätzen. Dies gibt unseren Kunden die Gewähr, dass ein vollständiger Know-how-Transfer sichergestellt wird.

In über 15-jähriger Beratungstätigkeit haben wir erfolgreich über 100 Kundenprojekte im europäischen Raum, wie Italien, Frankreich, Deutschland und Großbritannien aus verschiedensten Branchen und Industrien begleitet.

Wir setzen unserer Lösungen bis zur vollständigen Implementierung um: kompetent, beharrlich, dynamisch.

Kompetent

Wir verstehen die Herausforderungen unserer Kunden und erarbeiten pragmatische und wertsteigernde Lösungen mit überdurchschnittlicher Performance.

Dynamisch

Wir antizipieren Trends, sowie aktuelle Themen und arbeiten uns zeitnah in neue Aufgaben und Kulturen ein. Wir tun dies mit Engagement und grosser Agilität.

Beharrlich

Wir binden sämtliche betroffene Bereiche ein und berücksichtigen ihre Standpunkte. Dafür fordern wir von allen zeitgerechte und klare Entscheidungen.

Deshalb verpflichten wir uns, gleichzeitig Bewährtes zu stärken und die digitale Transformation als Chance zu nutzen.

Wir engagieren uns, Stabilität und Wandel in eine gesunde Balance zu bringen. In unseren Lösungen suchen wir stets die nachhaltige Sicherung und Weiterentwicklung von Erfolgspotenzialen. Dabei vermeiden wir kurzfristige Scheinlösungen.



Dr. Daniel Beyeler

Co-Founder

Mobile: +41 79 207 97 03

Email: daniel.beyeler@futurum.ch



Christiane Wetzel

Senior Consultant

Mobile: +41 78 843 08 39

Email: christiane.wetzel@futurum.ch



Markus Bachofen Rösner

Co-Founder und Senior Consultant

Mobile: +41 79 908 77 33

Email: markus.bachofen@futurum.ch



Tanja Halter

Projektassistentin und Support

„Transformationserfolge sind wie mathematische Ergebnisse:
Sie sind kein Zufall!“

■ MIT SECHS HEBELN ZUM TRANSFORMATIONSERFOLG

Unternehmerischer Transformationserfolg entsteht aus dem optimalen Zusammenspiel von sechs Hebeln zur Organisationsentwicklung, welche sich gegenseitig ergänzen, aber auch voraussetzen. Das optimale Zusammenspiel verlangt, dass die Erfolgsfaktoren jeden dieser sechs Hebel kontinuierlich überprüfen und gezielt weiterentwickeln.

STRATEGIE

Mit einem smarten Geschäftsmodell, einer gemeinsam erarbeiteten Vision & Strategie und einem soliden Change Management die Wettbewerbsfähigkeit steigern.

LEADERSHIP

Mit gemeinsamen, gelebten Führungswerten, einer gezielten Führungsentwicklung und einem modernen Performance Management den «Spirit» schaffen und die Strategie-Umsetzung voranbringen.

HUMAN RESSOURCES

Mit einem modernen Employer-Attractivity-Ansatz, einem wirksamen Employability-Konzept und mit einem cleveren Arbeitszeitmodell die Mitarbeitenden fördern und dem Fachkräftemangel entgegenwirken.

ORGANISATION

Mit einem kundenzentrierten Operating Model, einer hohen Process Excellence und mit agilen Methoden die Grundlage für eine sehr gute Zusammenarbeit schaffen.

VERTRIEB

Mit Sales Excellence allgemein und mit einem passenden Customer Experience Management sowie einer starken Sales Leadership die Voraussetzungen zur Steigerung der Vertriebsleistung schaffen.

KULTUR

Mit konsequentem Empowerment auf allen Stufen Intrapreneurship fördern und fordern. Mit den «Fail fast»-Prinzipien die Innovationskultur weiterentwickeln.



Agilität ist die Fähigkeit einer Organisation, flexibel, aktiv, anpassungsfähig und mit Initiative in Zeiten des Wandels und Unsicherheit zu agieren.

■ AGILITÄT ALS ZIEL

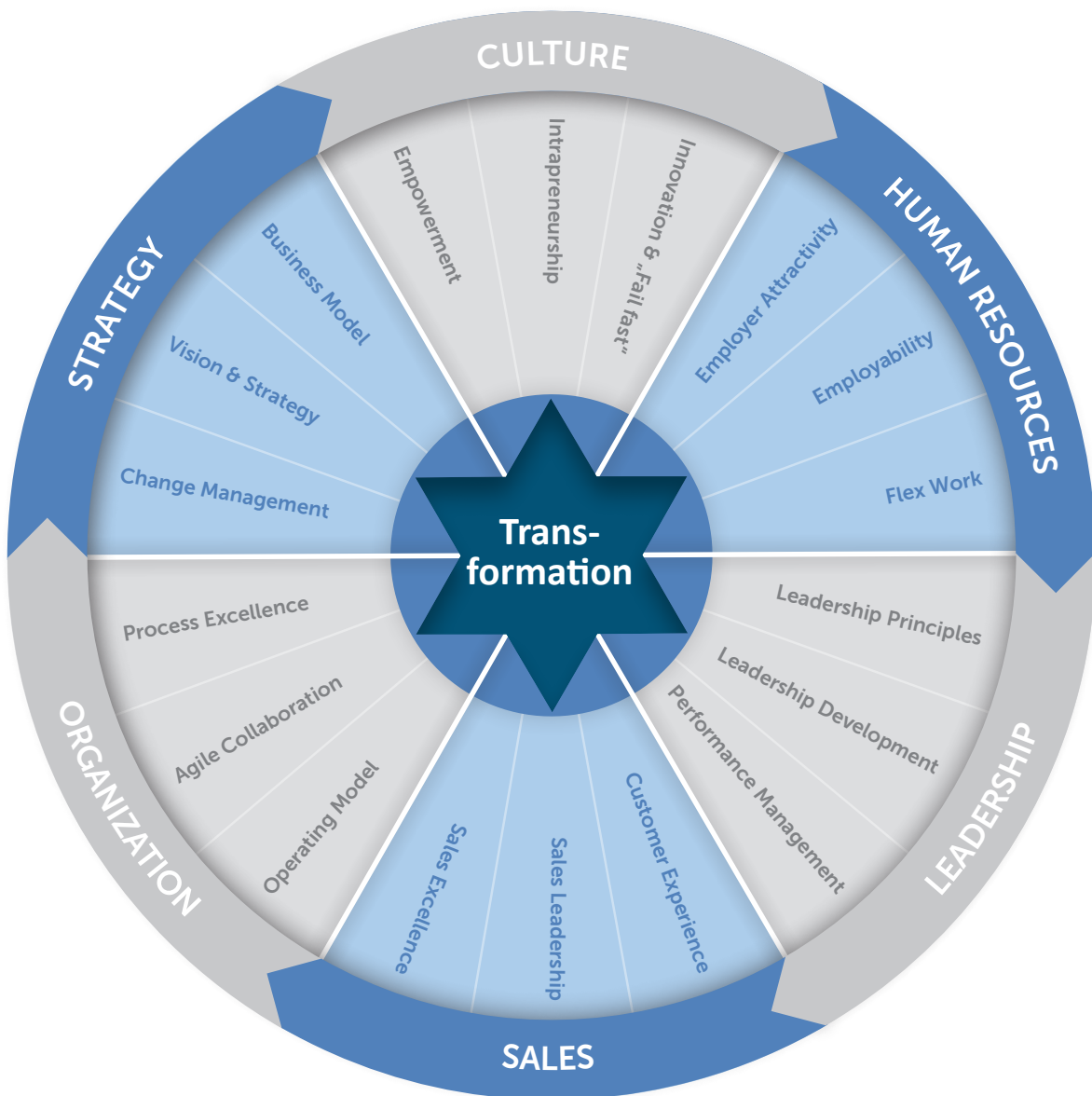
«Agil» setzt beispielsweise auf Strategieumsetzung in kurzen Zyklen. Die dafür notwendige flexible Anpassungsfähigkeit setzt eine stärkere Orientierung an den Produkten mit stabilen Teams und klar zugeteilten Kompetenzen (End-to-End-Perspektive), modernisierte und durchgängige IT-Strukturen, sowie die Bildung von selbstorganisierten starken Teams mit flachen Hierarchien voraus. Das bedingt eine diese Arbeitsform unterstützende Kultur.



■ «AGILE KMU»-WHEEL®

Die ganzheitliche Organisationsentwicklung nimmt im Wettrennen um die digitale Transformation eine Schlüsselrolle ein, denn diese beeinflusst das Unternehmen als Ganzes, sei es das Geschäftsmodell, die

Wertschöpfungsketten, die Kundenbeziehungen. Um von den sich daraus ergebenden Chancen zu profitieren, lohnt es sich, das Unternehmen umfassend und nachhaltig darauf vorzubereiten.



„Sobald es mit einer Strategie nicht mehr läuft, ist es an der Zeit neue Wege zu beschreiten.“

-Jonathan Schramke-



STRATEGIE

Auch in der VUCA-Welt geht es nicht ohne: Eine durchdachte und sorgfältig ausgearbeitete Vision und Strategie gibt Ihrem Unternehmen langfristig Orientierung und Sinn. Wir sind zudem überzeugt, dass die klassischen Strategie-Methoden nach wie vor richtig und nützlich sind. Aber Strategieprozesse müssen ebenfalls agiler werden, im Sinne von «Work-in-Progress». Die digitale Transformation darf auch nicht auf das Thema «Effizienz» reduziert werden. Es geht vielmehr darum, Unternehmen, Partner und Kunden in die Ko-Kreation zu bringen und als «Ökosystem» Mehrwert zu generieren. Dies lässt sich nicht auf ein einseitiges «Business Model Canvas» bringen.

Besteht Handlungsbedarf?			
Fokussiert unsere Strategie künftige Kundenbedürfnisse und schafft sie Wettbewerbsfähigkeit?	☆☆☆☆	Ist unsere Strategie verschriftlicht und attraktiv visualisiert, d. h. zielgruppenspezifisch kommunizierbar?	☆☆☆☆
Erschliesst unsere Strategie neue, attraktive Tätigkeitsgebiete?	☆☆☆☆	Ist unsere Strategie bei der kritischen Mehrheit der Mitarbeitenden bekannt und verstanden?	☆☆☆☆
Verstärkt die Strategie unsere Profilierung und schafft sie Wettbewerbsvorteile?	☆☆☆☆	Ist unsere Strategie ausreichend operationalisiert und ist sie im Budget richtig abgebildet?	☆☆☆☆
Beinhaltet unsere Strategie eine starke motivierende Vision?	☆☆☆☆	Passen unsere Kultur und Werte mit unserer Strategie überein?	☆☆☆☆
Ergebnis	★ = > 35 ★ = 25-35 ★ = < 25 o / u 3x <3	Es besteht kein oder nur ein geringer Handlungsbedarf Empfehlung: Kurz-Analyse und Diskussion im Führungsteam Es besteht erheblicher Handlungsbedarf	

■ INNOVATIVES GESCHÄFTSMODELL (BUSINESS MODEL)

Ein innovatives, gut durchdachtes Geschäftsmodell ist und bleibt die Grundlage der Wettbewerbsfähigkeit. Nach unserer Auffassung wird das Potenzial, bewusst und systematisch an neuen Geschäftsmodellen zu arbeiten und über den Austausch mit Kunden und Lieferanten Innovationen zu schaffen, nicht konsequent ausgeschöpft. Geschäftsmodell-Innovationen sind aktuell die Königsdisziplinen der Organisationsentwicklung. Es braucht auf allen Stufen Menschen, die das neue Geschäftsmodell begeistert leben – und Raum, um sie erfolgreich umsetzen zu können.

	Zweck	<ul style="list-style-type: none"> Sinn und Orientierung schaffen Ausgangspunkt für Strategieentwicklung und Innovation Basis für Value Proposition
	Methode	GAP-Analyse, Workshops. Arbeit mit Business Model Canvas
	Aufwand	3-5 Tage während 2-3 Monaten
	Optionen	Visualisierung der Erfolgslogik, Marktanalyse, Kundenbefragung, Benchmarking, Learning Journeys, Future Labs mit Großgruppen
	Ergebnis	Visualisiertes innovatives Geschäftsmodell
	Mehrwert	Gemeinsames Verständnis und Commitment im Führungsteam für angestrebtes Geschäftsmodell und Ist-Zustand









■ INSPIRIERENDE VISION & GEMEINSAME STRATEGIEENTWICKLUNG (VISION & STRATEGY)

Unser Ansatz zielt auf eine intensive Einbindung von Anspruchsgruppen in die Strategieentwicklung ab und setzt gezielt neue Methoden für die Geschäftsmodellinnovation ein, um die Strategiearbeit fokussiert an den Kunden und Ihren Bedürfnissen auszurichten. Dabei greifen wir auch vermehrt auf Open-Strategy-Formate zurück und nutzen die technologischen Möglichkeiten zur Partizipation.

	Zweck	<ul style="list-style-type: none"> • Neue Impulse und Ideen zulassen • Erweiterung des Denkspektrums • Zulassen von neuen Aspekten wie Benchmarking mit anderen Industrien
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Bestimmung der strategischen Ausgangslage (Analysen) • Kongeniale Strategieentwicklung (mit Fokus auf Vision und Value Proposition) von der Vision zum Umsetzungsprogramm mit Strategieteam
	Aufwand	3-7 Tage innert 3-9 Monaten
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie-Controlling (z. B. Balanced Scorecard); falls gewünscht mit IT-Einsatz • Erarbeitung von Teilstrategien und / oder Business Plänen pro Einheit • Konzept Mitarbeiter-Information
	Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> • Vision & Strategie visualisiert (vom Verwaltungsrat genehmigt) inkl. Umsetzungsprogramm • Gemeinsames Verständnis über die weitere Unternehmensentwicklung
	Mehrwert	Verstandene und akzeptierte Vision und Strategie

■ KONSEQUENTE STRATEGIEVERWIRKLICHUNG (CHANGE MANAGEMENT)

In kurzen Abständen und in kleinen Schritten, ausgerichtet auf die Vision, müssen die Veränderungen vollzogen und in Reviews am Ende jedes Veränderungsschrittes überprüft werden. Erfolgreich und nachhaltig ist der Einbezug der Umsetzung bereits bei der Konzeption der Organisationsveränderung, um Struktur und Kultur gemeinsam zu entwickeln. Essenziell sind kurze Sprints mit einem coachenden Ansatz, um Bezug auf die Bedürfnisse der Mitarbeitenden zu nehmen und die Transformation an die Veränderungsfähigkeit der Organisation anpassen zu können.

	Zweck	Optimale Begleitung der Strategieumsetzung (Fokus: Leadership und Projektmanagement)
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Führungsworkshops (Initials) • Projektmanagement-Training (u. a. GPD=Getting Plans Done) • Moderierte Stand-up's und Review-Workshops
	Aufwand	3-5 Tage Initialisierungs- und Trainingsaufwand, ca. 1 Tag pro Quartal Stand-up's und Review-Workshops während 1-3 Jahren
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> • Ad Interim (Projekt-) Management • Coaching der Projektleiter und Führungskräfte • Information und Einbezug der Mitarbeitenden (z. B. «World Café») • Mitarbeiter-Befragung • Operatives Controlling (falls gewünscht mit IT-Einsatz)
	Ergebnis	Umsetzung der Strategie und permanentes Anpassen an die neuen Gegebenheiten
	Mehrwert	Sicherstellung der Strategieumsetzung auf allen Ebenen, sowie Einführung von agilen Führungsprinzipien für eine zunehmende Selbstverantwortung und Entscheidungsbefugnis am notwendigen Ort

„Leadership ist nicht, Leute dazu zu bringen, Dinge zu tun, die sie nicht tun wollen, sondern Leute dazu zu befähigen, Dinge zu leisten, von denen sie niemals glaubten, sie erzielen zu können.“

-Peter Drucker-

LEADERSHIP

Leadership ist der Schlüssel zur digitalen Transformation. Es gilt, die Menschen noch stärker mit einer Vision zu inspirieren und mit Empowerment zu binden und zu entwickeln. Um Agilität zu erreichen, braucht es mehr Teamarbeit, Dynamik, Vertrauen und Selbstorganisation. Dieser Anspruch erhöht die Anforderungen an Führungskräfte, wie auch an das Unternehmen.

Besteht Handlungsbedarf?			
Haben wir ein gemeinsames Verständnis von Führung und teilen wir gemeinsame Werte?	☆☆☆☆	Sind die Team- und individuellen Ziele auf die Unternehmensziele ausgerichtet?	☆☆☆☆
Ermutigen wir alle Mitarbeitende, unternehmerisch zu denken und zu handeln?	☆☆☆☆	Gewähren wir den Mitarbeitenden die erforderlichen Freiräume?	☆☆☆☆
Fördern und entwickeln wir unseren Führungsnachwuchs konsequent?	☆☆☆☆	Verfügen wir über ein modernes Performance Management Konzept?	☆☆☆☆
Leben wir agile Führungsprinzipien, wie z. B. Teamarbeit?	☆☆☆☆	Wird Delegation zur Mitarbeiterförderung effektiv eingesetzt?	☆☆☆☆
Ergebnis	★ = > 35 ★ = 25-35 ★ = < 25 o / u 3x <3 Es besteht kein oder nur ein geringer Handlungsbedarf Empfehlung: Kurz-Analyse und Diskussion im Führungsteam Es besteht erheblicher Handlungsbedarf		

■ GELEBTE FÜHRUNGSWERTE (LEADERSHIP PRINCIPLES)

Die erfolgreiche Transformation erfordert ein gemeinsames Führungsverständnis und gemeinsame Werte, welche von der obersten Führungsebene gelebt und von den Mitarbeitenden getragen werden. Demzufolge gilt es geltende Führungsprinzipien anzupassen und im Arbeitsalltag nachhaltig zu verankern. Wir empfehlen eine möglichst breit abgestützte Erarbeitung der Führungsgrundsätze. Für die Umsetzung setzen wir auf kulturbewusste «Ambassadoren», die sich zu glaubwürdigen Vorbildern entwickeln und die neuen Werte und Denkhaltungen sichtbar vorleben.

	Zweck	<ul style="list-style-type: none"> Rahmenbedingungen für die Führung und Zusammenarbeit Basis für die Führungsentwicklung
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> Interviews Workshops Ambassadoren-Konzept Leadership-Gym's
	Aufwand	1-6 Monate
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> Mitarbeiterumfrage 360°-Feedback
	Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> Operationalisierte und visualisierte Führungsgrundsätze Kommunikations- und Einführungskonzept
	Mehrwert	Gemeinsames Führungsverständnis



LEADERSHIP

■ NACHHALTIGE FÜHRUNGSENTWICKLUNG (LEADERSHIP DEVELOPMENT)

Führungskompetenzen von gestern reichen heute nicht mehr aus, um den Transformationserfolg von morgen abzusichern. Digitale Kompetenzen müssen vermehrt berücksichtigt werden. Die Führungsentwicklung wird zwar nicht auf den Kopf gestellt, aber Lernen läuft heute anders ab, als noch vor einigen Jahren. Leadership Development muss sich eng an Business Strategien, konkreten Projekten und neuen Kundenanforderungen orientieren.

	Zweck	Entwicklung einheitlicher Führungsgrundsätze und -prinzipien
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Workshops • (Micro-) Trainings • Leadership-Gym's
	Aufwand	Führungstrainings ab ½ Tag bis umfassende, mehrjährige Programme
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> • 360°-Messkonzept «Leadership Score» , Einsatz von Blended Learning Tools
	Ergebnis	Firmenspezifisches Leadership Development Programm
	Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> • Massgeschneidertes Führungsentwicklungsprogramm, das auf die unternehmerischen Ziele und Werte des Unternehmens ausgerichtet ist • Ausrichtung der Führungskräfte auf die erfolgreiche Verfolgung der Unternehmensziele • Unterstützung zur Entwicklung von Teams und Mitarbeitenden zur Bestleistung

■ FORDERNDES LEISTUNGSMANAGEMENT (PERFORMANCE MANAGEMENT)

Die digitale Transformation zwingt zu einem agileren Leistungsmanagement. Das bisherige «Management by Objectives (MbO)» kommt an seine Grenzen. Ein wirksames Performance Management klärt die «Objectives & Key Results (OKR)» und überprüft die Leistungen in kürzeren Intervallen. Ein integraler Bestandteil dieses Ansatzes ist zudem, Zielerreichungcoaching, sowie ein Vergütungskonzept mit hohen Fix- und geringeren variablen Lohnbestandteilen.

	Zweck	<ul style="list-style-type: none"> • Ziel-Alignment • Basis für hohe Zielerreichung
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Workshops zu den Themen Motivation & Feedback, Mitarbeitende fördern und fordern • Leadership-Gym's zur Übung und Anwendung des Performance Management • Projektarbeit zur Förderung des Performance Management
	Aufwand	6-12 Monate
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> • Management by Objectives & Key Results (OKR) • Funktionendiagramm und- bewertung • Entlohnungsmodell
	Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> • Funktionenbasiertes Entlohnungsmodell • Integriertes Performance Management im Arbeitsalltag einer Führungsperson • Förderung der individuellen Fähigkeit und Teamarbeit
	Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung der Teams und Individuen zu mehr Selbstverantwortung und- Organisation • Förderung der Mitarbeitenden gemäss ihren Fähigkeiten und Kompetenzen zur Sicherstellung ihrer Bestleistungen

„Die wichtigste Zutat in der Formel des Erfolgs ist zu wissen, wie man mit Menschen auskommt.“
-Theodore Roosevelt-





HUMAN RESSOURCES MANAGEMENT

Relevante Studien zeigen, dass sich das TOP Management vom HRM mehr innovative Impulse und einen erkennbaren Beitrag zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens wünschen. Agile Unternehmen brauchen also ein ebenso agiles HRM und erwarten eine aktive Unterstützung bei der Transformation der Führung und der Arbeitsmodelle. Zugleich ist das HRM stark gefordert, die divergierenden Ansprüche der Mitarbeitenden aus 3 oder sogar 4 Generationen auszubalancieren, um weiterhin attraktiv zu sein. Ein «transformationales HRM» kann die Ressourcen und Potenziale der Mitarbeitenden, hinsichtlich der neuen Anforderungen, entwickeln und besser nutzbar machen, neue Formen der Zusammenarbeit fördern und attraktive Arbeitsformen implementieren.

Besteht Handlungsbedarf?			
Haben wir unsere HR-Strategie auf den Generationenwandel ausgerichtet? Wird diese Strategie von allen Führungskräften getragen?	☆☆☆☆	Ist unsere «Employer Attractivity» auf die neuen Generationen ausgerichtet?	☆☆☆☆
Sind wir uns im Top Management einig über die künftige Rolle von HRM?	☆☆☆☆	Verfügen wir über ein glaubwürdiges Konzept und Angebot zur Sicherstellung der Employability jeder Generation?	☆☆☆☆
Leistet HR ausreichend wirksame Unterstützung bei digitalen Transformation?	☆☆☆☆	Verfügen wir über ein modernes Arbeitszeitmodell?	☆☆☆☆
Ist das HRM bereits agil aufgestellt? Nimmt es hierbei eine Vorbildrolle ein?	☆☆☆☆	Ist das HRM optimal in der Linie positioniert, um als «Change Agent» wirksam tätig zu sein?	☆☆☆☆
Ergebnis	★ = > 35 ★ = 25-35 ★ = < 25 o / u 3 x < 3	Es besteht kein oder nur ein geringer Handlungsbedarf Empfehlung: Kurz-Analyse und Diskussion im Führungsteam Es besteht erheblicher Handlungsbedarf	



■ ZIELGRUPPENORIENTIERTE ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT (EMPLOYER ATTRACTIVITY)

Wenn sich die Werte, die Erwartungen an das Arbeitsleben und die Arbeitsmotivation verändern, gilt es auf diese zu reagieren. Während vielen Jahren galten Entlohnung, Weiter- und Karriereentwicklung als massgebende Entscheidungsgründe für die Wahl des Arbeitgebers. Für die neuen Generationen sind Aspekte wie Sinnhaftigkeit, Vernetzung, Teamwork, Projektarbeit und Entfaltung in den Vordergrund gerückt. Die Herausforderung für Unternehmungen besteht nun darin, diesen Anforderungen gerecht zu werden, indem sie ihr Arbeitsangebot und -umfeld auf die neuen Erwartungen ausrichten und entsprechend vermarkten.

	Zweck	Gewinnung und Bindung der richtigen Mitarbeitenden
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • GAP-Analyse • Transformational HRM-Workshops • GPD®-Begleitung bei der Umsetzung
	Aufwand	5-15 Tage innert 3-9 Monaten im ersten Jahr, anschliessend Change Coaching während 2-3 Jahren
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement für die Umsetzung • Ad interim Management









HUMAN RESSOURCES

	Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> • Agiles HRM • Attraktive Arbeitsbedingungen für alle Generationen • Moderne Lern- und Entwicklungskonzepte • Talent Management Konzept
	Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> • Klarheit über notwendiges Mindset und Rollen im HRM • Stärkere Positionierung des HRM als «Change Agent» • Klare HRM-Beiträge zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit







■ NACHHALTIGE BESCHÄFTIGUNGSFÄHIGKEIT (EMPLOYABILITY)

Die Arbeitswelt hat sich verändert. Die früheren Generationen konnten davon ausgehen, dass sie nach ihrer Ausbildung ein Leben lang in ihrem gelernten Bereich arbeiten würden. Die neuen Generationen wissen, dass sie während ihres Arbeitslebens mehrere Karrieren haben werden und sie diese, wie Unternehmer, planen müssen. Unternehmen werden zunehmend gefordert, innovative Entwicklungskonzepte anzubieten, um einerseits für jüngere Generationen attraktiv zu sein, und andererseits ältere Generationen dahingehend zu unterstützen, weiterhin «jobfit» zu bleiben.

	Zweck	• Mit modernen Lern- und Entwicklungskonzepten alle Mitarbeitende für die aktuellen und künftigen Anforderungen qualifizieren
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Transformational HRM-Workshops mit Lean-Start-Up Ansatz • GPD®-Begleitung bei der Umsetzung
	Aufwand	3-6 Tage innert 3 Monaten für die Analyse und das Konzeptdesign, anschliessend Change Coaching während 1-2 Jahren
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement für die Umsetzung • Ad interim Management
	Ergebnis	Innovative Weiterentwicklungskonzepte und Arbeitsangebote
	Mehrwert	Klare HRM-Beiträge zur Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit

■ SMARTE ARBEITSZEITMODELLE (FLEX WORK)

Seit Jahrzehnten galt, die Arbeit am Arbeitsort zu klar definierten Arbeitszeiten auszuführen. Die neuen Generationen wollen aber mehr Freiheit und Mitbestimmung in der Gestaltung ihrer Arbeitszeit, um ihre «Work-Life-Flexibility» bedürfnissgerecht gestalten zu können. Die heutigen Kommunikations- und Arbeitsmittel schaffen dafür die notwendigen Voraussetzungen. Die Herausforderung besteht darin, vertrauensvoll flexible Arbeitsmodelle («FlexWork») zuzulassen und diese Schritt-für-Schritt einzuführen.

	Zweck	Integration der Arbeitsgestaltung in die neuen Work-Life-Flexibility-Bedürfnisse der neuen Generationen
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Interviews, Benchmarking, Best Practice • Transformational HRM-Workshops mit Lean-Start-Up Ansatz • GPD®-Begleitung bei der Umsetzung
	Aufwand	3-6 Tage innert 3 Monaten für die Analyse und das Konzeptdesign, anschliessend Change Coaching während 1-2 Jahren
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement für die Umsetzung • Unterstützung bei der IT- / Produktselektion
	Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> • Neues Arbeitszeitmodell • Angepasstes Personalreglement und -Prozesse • Informations- und Trainingskonzept
	Mehrwert	Attraktive Arbeitsmodelle zur Gewinnung der richtigen Mitarbeitenden

„Wenn Führungskräfte einerseits eine agile Organisation haben und andererseits in dieser die volle Kontrolle behalten wollen, dann ist das so, als wüsste man sich einen eisigen sonnigen Regentag.“







ORGANISATION

Viele Unternehmen haben in den letzten Jahren die Prozesse optimiert, die Informationsübermittlung zwischen den Bereichen vereinfacht und die Datensammlung und -aufbereitung beschleunigt. Damit konnten wichtige Effizienzsteigerungen, Kostenreduktionen und Wettbewerbsvorteile erreicht werden. Als Nachteil wurde in Kauf genommen, dass rigide Prozesse eine negative Auswirkung auf wichtige Kulturelemente, wie zum Beispiel Intrapreneurship und Agilität haben. In der digitalen Transformation werden jedoch genau diese Eigenschaften gefordert. Es muss gelingen, eine neue Balance zwischen Standardisierung und Flexibilität herzustellen, um die Leistungsfähigkeit sowie die langfristige Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens sicherzustellen. Zudem müssen Kunden, Lieferanten und andere Geschäftspartner zu Mitreibern von Innovationen gemacht werden. Diese Entwicklungen verändern die Rollen und Aufgaben der Mitarbeitenden.

Besteht Handlungsbedarf?			
Haben wir ein stringentes Operating Model zur Unterstützung unserer Strategie?	☆☆☆☆	Sind unsere Prozesse einfach und verständlich dokumentiert?	☆☆☆☆
Sind unsere Organisationsstruktur und unsere Prozesse darauf abgestimmt?	☆☆☆☆	Werden unsere Prozesse regelmässig überprüft und weiterentwickelt?	☆☆☆☆
Ermöglichen wir Freiraum für unsere Mitarbeitenden, um 80 % des operativen Geschäftes selbstorganisiert zu gestalten?	☆☆☆☆	Werden Kunden- und Lieferantenanregungen zur Entwicklung von Verbesserungen berücksichtigt?	☆☆☆☆
Arbeiten unsere Teams genug bereichsübergreifend?	☆☆☆☆	Haben wir unsere Geschäftspartner in unsere Innovationsprozesse integriert?	☆☆☆☆
Ergebnis	★ = > 35 ★ = 25-35 ★ = < 25 o/ u 3 x < 3	Es besteht kein oder nur ein geringer Handlungsbedarf Empfehlung: Kurz-Analyse und Diskussion im Führungsteam Es besteht erheblicher Handlungsbedarf	

■ STRINGENTES BETRIEBSMODELL (OPERATING MODEL)







Damit ein Unternehmen erfolgreich ihre Value Proposition erfüllen kann, müssen sowohl die Prozesse, als auch die Organisationsstruktur auf das Geschäftsmodell abgestimmt sein. Hierbei bildet das Betriebsmodell die Brücke, indem es dokumentiert, wie die Unternehmen ihren Betrieb in Zukunft betreiben werden, sowie die dafür benötigten Veränderungen. Im Operating Model wird das neue Geschäftsmodell mit einer «high-Level» Prozesslandkarte und Organisationsstruktur abgebildet. Damit werden Übereinstimmungen und GAPS aufgezeigt, die es zu korrigieren gilt, sei dies im Bereich der Prozesse oder der Organisationsstruktur.

	Zweck	Aufzeigen von strukturellen Veränderungen zur Umsetzung des Geschäftsmodells
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> Analysen und Interviews zur Klärung der Ausgangslage Operating Model Design-Workshops GPD®-Begleitung bei der Umsetzung
	Aufwand	5-15 Tage innert 3-9 Monaten im ersten Jahr, anschliessend Change Coaching während 2-3 Jahren
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> Geschäftsprozess-Modellierung (ohne technische Intergration) Information und Schulung der Mitarbeitenden Funktionsbeschreibungen für Schlüsselpositionen Ad interim Management
	Ergebnis	Operating Model mit Zielorganigramm
	Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> Gemeinsames Verständnis zum Operating Model Optimierung der Workflows




■ CLEVERER EINSATZ AGILER METHODEN (AGILE COLLABORATION)

Agile Methoden sind in jeder Organisationseinheit notwendig, welche rasch auf sich ändernde Kundenbedürfnisse reagieren müssen. Der Ansatz der Agilität baut auf einfachen Prinzipien und Methoden auf. Die Grundsätze von Agilität sind mehr Flexibilität, Eigenverantwortung sowie hohes Engagement. Diese scheinbar selbstverständlichen Anforderungen haben sich in der praktischen Umsetzung als äusserst schwierig herausgestellt. Neben den strukturellen Voraussetzungen, beispielsweise der Dezentralisierung von Entscheidungsprozessen, braucht es vor allem ein hohes Mass an Eigenverantwortung und Mut zur Übernahme von Risiken. Agilität ist entwickelbar, braucht aber Zeit und Geduld für den Ansatz «kleiner Schritte».

	Zweck	Förderung der Teamarbeit stufen- und bereichsübergreifend
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Einführung Agilität (Seminar) • Training agiler Techniken und Methoden (Training) • Anwendung agiler Techniken und Methoden (Workshops)
	Aufwand	½ Tag (Sensibilisierung) bis Entwicklungsprogramme über 2-3 Jahre
	Optionen	«3 Hoch 3» Führungsentwicklungsprogramm mit Fokus «agil»
	Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> • Massgeschneidertes Agilitätsmodell • «AgileLab» • Mitarbeiterkern mit passendem Mindset und «agile Methoden»-Kompetenz
	Mehrwert	Agilität als «Mindset» und als Methode ist verankert

■ OPTIMALE GESCHÄFTSPROZESSE (PROCESS EXCELLENCE)

Grundsätzlich verändern sich Prozesse nicht, vielmehr ändert sich die Art und Weise der Ausführung der Prozesse. Die Frage, die sich stellt ist, wie erkennt man, an welchen Stellschrauben gedreht werden muss, um die Leistungsfähigkeit des Unternehmens, die Strukturen und Prozesse der Organisation so zu verbessern, dass sie langfristig wettbewerbsfähig bleiben. Gefässe zur Sammlung der notwendigen Operations Controlling sind Lieferanten- und Kundenfeedback (Reklamationen), Mitarbeiterfeedback, Benchmarking, Operations Controlling usw. Process Excellence heisst, jene Informationen zu erkennen, welche für die weitere Entwicklung des Unternehmens wichtig sind, respektive welche Kundenreklamationen können zu Innovationen umgewandelt werden oder welche Fehler können zu Prozessverbesserungen führen etc.

	Zweck	<ul style="list-style-type: none"> • Wichtige Entwicklungspotenziale erkennen und umsetzen • Geschäftspartnerschaften verstärken und für Innovationszwecke nutzen
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Prozess Excellence Profil (Analyse, u. a. mit Kunden- / Lieferantenbefragung) • Modellierungs-Workshops (Arbeit mit agilen Methoden) • GPD®-Begleitung bei der Umsetzung
	Aufwand	½ Tag (Sensibilisierung) bis mehrere Monate Organisationsentwicklung
	Optionen	Ad interim Managment
	Ergebnis	Implementierte «Process Excellence»
	Mehrwert	Ausrichtung des Unternehmens auf Customer Service Excellence

„If you are not taking care of your customer,
your competitor will.“
-Bob Hooley-




VERTRIEB

Trends verändern die Koordinaten des Vertriebs. Zugleich nimmt die Transparenz und Vergleichbarkeit in Echtzeit zu. Die Konsequenz ist ein steigender Preisdruck und eine abnehmende Kundenloyalität. Die Anforderungen an den Vertrieb steigen enorm an. Der Vertrieb hat die Mission, die Kenntnisse über die Kunden, dessen Bedürfnisse und Verhalten noch aktiver in das Unternehmen zu tragen und einen Mehrwert in der «Customer Journey» zu schaffen. Dies bedingt ein agiles Mindset, welches Transparenz fördert, Teamerfolg vor Einzelerfolg stellt, funktionsübergreifende Zusammenarbeit herstellt und einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess antreibt.

Besteht Handlungsbedarf?			
Haben wir ein gemeinsames Verständnis über die notwendigen Veränderungen im Vertrieb?	☆☆☆☆	Haben wir eine stringent ausgearbeitete Vertriebsstruktur und- kultur?	☆☆☆☆
Haben wir eine Vertriebsstrategie, die alle relevanten Kanäle berücksichtigt?	☆☆☆☆	Schaffen unsere Abläufe eine allumfassende begeisternde «Customer Experience»?	☆☆☆☆
Ist unser Unternehmen als Ganzes auf den Kunden zentriert?	☆☆☆☆	Sind die Arbeitsmittel im Vertrieb geeignet, um agile Planungsprozesse umzusetzen?	☆☆☆☆
Haben wir ein fokussiertes Leistungsversprechen (Value Proposition)?	☆☆☆☆	Schafft unsere Führung im Vertrieb Höchstleistung, Spirit und Innovation?	☆☆☆☆
Ergebnis	★ = > 35 ★ = 25-35 ★ = < 25 o / u 3 x < 3 Es besteht kein oder nur ein geringer Handlungsbedarf Empfehlung: Kurz-Analyse und Diskussion im Führungsteam Es besteht erheblicher Handlungsbedarf		

■ STEIGERUNG DER VERTRIEBSLEISTUNG (SALES EXCELLENCE)

Egal wie gut die Produkte sind und wie exzellent der Service funktioniert, am Ende zählt nur Eines: der Kontakt zu Kunden. Sales Excellence ist erreicht, wenn eine ganzheitliche und auf die Zielgruppen und deren Bedürfnisse ausgerichtete Vertriebsstrategie verankert ist, das Kundenbeziehungsmanagement optimal darauf aufbaut und die für die Vertriebsperformance entscheidenden Ressourcen und Instrumente wirksam eingesetzt sind. Die gesamte Organisation auf den Kunden zu zentrieren ist das Ziel. Es bedeutet eine stringente Strategie, die sich an den individuellen Bedürfnissen des Kunden ausrichtet, eine noch stärkere Kollaboration von Marketing, Produktentwicklung, Markenführung und Vertrieb, aber auch die Neumodellierung der Kundenbeziehungen.

	Zweck	Die Voraussetzungen zur Steigerung der Vertriebsleistung schaffen
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Marktanalysen, Kundeninterviews und/oder -befragungen, Analyse der Vertriebsorganisation (Kultur und Struktur) • «Sales Excellence»-Workshops • GPD®-Begleitung bei der Umsetzung
	Aufwand	10-45 Tage innert 3-9 Monaten im ersten Jahr, Change Coaching während 2-3 Jahren
	Optionen	• Mystery Benchmarking • Sales Learning Journey
	Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> • Kompakte Vertriebsstrategie inkl. Value Proposition, Sales Controlling etc. • Masterplan Vertriebsmanagement (Optimierung der Vertriebs-Organisation,- Prozesse und- Ressourcen, agile Planung und Kontrolle, Gestaltung der Kultur)
	Mehrwert	Die Gesamtorganisation ist auf den Kunden ausgerichtet und sämtliche Vertriebstätigkeiten sind effektiv und effizient ausgestaltet



■ BEGEISTERNDE KUNDENERFAHRUNG (CUSTOMER EXPERIENCE)

«Customer Experience» bezeichnet die Schaffung positiver Kundenerfahrungen. Dazu braucht es Kontaktpunkte. Reiht man diese aneinander, entsteht die «Customer Journey», also die Reise des potenziellen Kunden vom ersten Interesse hin zum gewünschten Ziel. Den Kunden positiv zu überraschen, ist eine der elementaren Erfolgsparameter eines guten «Customer Experience Managements». Mit der Ausweitung der Vertriebskanäle sind die «Customer Journeys» deutlich komplexer geworden. Hier hat der Vertrieb die Aufgabe, einen Mehrwert zu schaffen: gefordert wird, eine allumfassende «Customer Experience» über alle Verkaufskanäle hinweg zu bieten (OMNI-Channel).

	Zweck	Ein passendes Customer Experience Management aufbauen, welche positive Kundenerfahrungen auf allen Kanälen schafft
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Innensicht: Analyse der Customer Journey • «Customer Experience»-Workshops • GPD®-Begleitung bei der Umsetzung
	Aufwand	5-10 Tage innert 3-6 Monaten (ohne IT-Umsetzung)
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> • Reklamationsmangement • Key Account Management • Relationship Modelling
	Ergebnis	CEX-Konzept mit Masterplan zur Umsetzung
	Mehrwert	Erhöhung der Vertriebsleistung

■ STARKE VERTRIEBSFÜHRUNG (SALES LEADERSHIP)

Das Führen von Verkäufern gehört zu den herausforderndsten Führungsaufgaben. Nie war der Druck auf Vertrieb so hoch wie heute, und nie waren die Anforderungen so komplex: immer anspruchsvollere Kunden, immer ehrgeizigere Ziele sowie immer mehr und komplexere administrative Aufgaben. Die Planungszyklen werden immer kürzer und statt langfristiger Planung wird Agilität gefragt. Zeitgleich verändern sich die Rollen im Sales: der neue Verkäufer ist kein Einzelkämpfer mehr, sondern ein Netzwerker. Er muss den Umgang mit den relevanten sozialen Medien genauso beherrschen, wie sein CRM-System. Diese Herausforderungen zu meistern, ohne die Motivation des Sales-Teams zu verlieren, ist die Challenge für die Verkaufsleitung. Führung im Vertrieb wird transformationaler; sie stiftet Sinn und begeistert Menschen für Ideen und Visionen. Die Führungskräfte müssen die Instrumente virtueller Führung genauso beherrschen wie Sales Coaching.

	Zweck	Entwicklung der neuen Führungskompetenzen, um die Herausforderungen im Vertrieb zu meistern
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Führungskultur- und kompetenzen-Analyse • Führungstrainings (z. B. Transformationale Führung, Sales Coaching) • Workshop mit der Vertriebsführung • Train-the-Sales Coach
	Aufwand	<ul style="list-style-type: none"> • Führungstrainings ab ½ Tag bis umfassende Programme möglich • ab 6 Tagen innert 3-9 Monaten, anschliessend Change Coaching während 2-3 Jahren
	Optionen	<ul style="list-style-type: none"> • Side-Coaching („Shadowing“) im Verkauf • Team-Coaching (z. B. Kundenansprache) • Trainingsdesign • Sales Performance Management
	Ergebnis	<ul style="list-style-type: none"> • Starke Sales Leadership
	Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> • Erfolgreiche Sales Teams mit Spirit • Erhöhung der Vertriebsleistung

„Das Wachstum der Kultur beruht auf einem Weitergeben der Arbeit von einem Volk an ein anderes, auf einer Verpflanzung von einem Boden auf den anderen. Der geschichtliche Wert eines Volkes liegt daher zu einem grossen Teile in dem, was es anderen zu geben im Stande ist.“

-Friedrich Ratzel-







KULTUR

Seit längerer Zeit ändern Unternehmen ihre Organisationsstrukturen und Prozesse, um besser auf Marktveränderungen zu reagieren. Damit wurde die Art und Weise der Arbeitsausführung der Mitarbeitenden geändert, jedoch nicht ihre Denk- und Verhaltensweise. Die Digitalisierung wird hingegen als die unternehmerische Herausforderung der Gegenwart bezeichnet, denn sie ist sowohl eine technologische als auch gesellschaftliche Umwälzung. Grundlegende Denk- und Verhaltensweisen werden überholt, sowohl bei den Kunden, Lieferanten als auch bei den Mitarbeitenden. Wollen Unternehmen in Zukunft weiterhin erfolgreich am Markt agieren, sind sie gefordert, ihre Unternehmenskultur auch der digitalen Welt anzupassen.

Besteht Handlungsbedarf?			
Haben wir ein gemeinsames Verständnis von Kundenorientierung?	☆☆☆☆	Können unsere Mitarbeitenden eigene Ideen vorantreiben und Risiken eingehen?	☆☆☆☆
Pflegen wir einen engen und individuellen Austausch mit unseren Kunden?	☆☆☆☆	Ist unsere Fehlerkultur mutig und konstruktiv?	☆☆☆☆
Nutzen wir sämtliche Kundenreaktionen als wichtiges Entwicklungspotenzial?	☆☆☆☆	Fördern wir das vernetzte Denken und die bereichsübergreifende Zusammenarbeit?	☆☆☆☆
Nutzen wir Verbesserungen in einzelnen Bereichen auch als Best Practice für das ganze Unternehmen?	☆☆☆☆	Pflegen wir eine Kultur der Eigeninitiative und Selbstverantwortung?	☆☆☆☆
Ergebnis	★ = > 35 ★ = 25-35 ★ = < 25 o / u 3x <3	Es besteht kein oder nur ein geringer Handlungsbedarf Empfehlung: Kurz-Analyse und Diskussion im Führungsteam Es besteht erheblicher Handlungsbedarf	

■ MUTIGE INNOVATIONS- UND FEHLERKULTUR (INNOVATION & FAIL FAST)





Was gilt heute eigentlich als Innovation: Produkterweiterungen, Prozessverbesserungen, Geschäftsmodellanpassungen oder Neuproduktentwicklungen? Im Grunde genommen spielt es keine Rolle, denn das wichtigste dabei ist, dass sich ein Unternehmen kontinuierlich mit Veränderungspotenzialen beschäftigt. Impulse dazu können von diversen Orten kommen, viel wichtiger ist es jedoch, dass man diesen Impulsen den notwendigen Experimentierraum einräumt. Eine Kultur von Innovation & Lernen ermutigt jeden Mitarbeitenden, sich einzubringen und sich aktiv an der Weiterentwicklung des Unternehmens zu beteiligen.

	Zweck	Adaptionsfähigkeit an sich verändernde Kundenbedürfnisse in der digitalen Welt
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> Kulturdiagnose durchführen Change-Story und Interventionsplan (Ansatz: Akko-Modell) Führungsentwicklung Leuchtturm-Projekt Reviewprozesse
	Aufwand	8-10 Tage im ersten Quartal, anschliessend 2-3 Tage pro Quartal während mindestens 2 Jahren
	Optionen	Überarbeitung und Alignment der Marketing- und Kommunikationsinstrumente
	Ergebnis	Professionell begleitete Kulturinitiative zur Förderung der Kundenorientierung
	Mehrwert	Verbesserung der Customer Experience („Wow“-Effekt) sowie schnellere und einfachere Kundeninteraktion









■ MITUNTERNEHMERISCHES DENKEN UND HANDELN (INTRAPRENEURSHIP)

Intrapreneurship bedeutet unternehmerisches Handeln im Unternehmen. Ein Intrapreneur handelt selbstständig, proaktiv und eigenverantwortlich. Es ist mehr als eine Sammlung von Instrumenten. Es impliziert eine Entwicklung der Unternehmenskultur. Werte wie das Leistungsprinzip, Eigenverantwortung, Agilität, die Akzeptanz von Risiken und die Belohnung von Kreativität und damit auch Risiko ersetzen oder ergänzen zumindest die traditionellen Kulturen, die von Berichtssystemen, Anweisungen und Kontrollmechanismen geprägt sind. Hierarchien werden flacher, und im Vordergrund steht Teamwork. Eine solche Kultur setzt das vorhandene Innovationspotenzial optimal frei. Handlungsfelder für mehr Intrapreneurship sind demnach der Aufbau von organisationaler Agilität und die Förderung von Selbstverantwortung und Eigeninitiative auf allen Stufen.

	Zweck	Setzt das vorhandene Innovationspotenzial frei. Nutzt Fehler für Veränderungen.
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Kulturdiagnose durchführen • Top-Team installieren und Projekt initiieren • Interventionen planen (Ansatz: Akko-Modell) • Change-Story konzipieren • Ambassadoren-Netzwerk aufbauen • Workshops (z. B. «World Café») • Breitenkommunikation pflegen • Symbolische Aktionen und Leuchtturm-Projekte anstossen • Werte und Verhalten in Linienorganisation verankern • Reviewprozesse etablieren
	Aufwand	5-8 Tage im ersten Quartal, anschliessend 2-3 Tage pro Quartal während mindestens 2 Jahren
	Optionen	Überarbeitung und Alignment der Führungs-/HR-Instrumente
	Ergebnis	Professionell begleitete Kulturinitiative zur Förderung von Intrapreneurship
	Mehrwert	Mehr Intrapreneurship auf allen Stufen, d. h. mehr Mitarbeitende und Führungskräfte, die umsetzungsstark Innovationen voranbringen

■ MOBILISIERENDE ERMÄCHTIGUNG (EMPOWERMENT)

Empowerment bedeutet, dass die Mitarbeitenden bemächtigt sind, über alles, was sie sich selber zutrauen, zu entscheiden. Dies zielt darauf ab, die Entscheidungskompetenzen zu verändern, im Sinne einer Delegation der Verantwortung von oben nach unten. Der Verbund von besserer Problemkenntnis, kürzeren Entscheidungszeiten und dem Willen, mitunternehmerischer zu agieren, zeigt sich rasch in einer höheren Performance. Relevante Studien zeigen zudem substantielle Verbesserungen von Engagement, Arbeitszufriedenheit und auch Zufriedenheit mit den Vorgesetzten. In Ergänzung mit anderen strukturellen Massnahmen der Arbeitsgestaltung (z. B. abwechslungsreiche Tätigkeiten, Teamarbeit) ist dieser Effekt noch zu erhöhen. Und nicht zuletzt führt Empowerment auch dazu, dass Talente im Unternehmen entdeckt werden. Empowerment bietet eine effektive Möglichkeiten, um echte Wettbewerbsvorteile gegenüber Mitbewerbern zu erzielen.

	Zweck	Optimale Mobilisierung und Bindung der Mitarbeitenden optimiert die Performance
	Methode	<ul style="list-style-type: none"> • Empowerment-Barometer (GAP-Analyse) • Empowerment Gym's • Aufbau Empowerment-Zirkel
	Aufwand	3-5 Tage Initialisierungs- und Trainingsaufwand, 2-3 Tage pro Quartal für Empowerment-Zirkel und Gym's während 2-3 Jahren
	Optionen	Neue Entscheidungsbefugnisse zur Enthierarchisierung von Entscheidungs- und Kontrollstrukturen
	Ergebnis	Strukturelle und psychologische Empowerment
	Mehrwert	<ul style="list-style-type: none"> • Substantielle Erhöhung der individuellen Arbeitsleistungen • Verbesserung von Engagement, Arbeitszufriedenheit und auch Zufriedenheit mit den Vorgesetzten



Alles aus einer Hand – optimal aufeinander abgestimmt

CONSULTING

DIE PERSÖNLICHE UND ENGAGIERTE BEGLEITUNG ZUM ERFOLG

Als Transformationsberater unterstützen und begleiten wir Sie bei der Weiterentwicklung ihrer Organisation. Mit Ihrem Team analysieren wir die Ausgangslage, fassen Erkenntnisse zusammen und leiten Konsequenzen ab. Wir erarbeiten Handlungsempfehlungen, strukturieren Massnahmen und helfen Ihnen bei der Umsetzung mittels Instrumenten der Führungs- und Teamentwicklung.

CONSULTING EXCELLENCE

Herausragende Leistung heisst für uns, in einem mehrstufigen, iterativen Prozess und unter Einbezug von Betroffenen und Beteiligten griffige, tragfähige und akzeptierte Lösungen zu erarbeiten. Dabei vermeiden wir kurzfristig erfolgsversprechende Lösungen, sondern engagieren uns für nachhaltigen Erfolg.



TRAINING

WAS NACH AUSSEN WIRKEN SOLL, WIRD INNEN ENTWICKELT

Als Trainingsbeauftragte leiten wir Entwicklungsbedarf systematisch ab, erstellen massgeschneiderte Konzepte und führen Seminare und Trainingssequenzen mit Ihren Führungskräften und Mitarbeitenden durch. Dies kann vom halbtägigen Anwendungstraining (Gym's) bis zu mehrjährigen Programmen führen. Situativ setzen wir Train-the-Trainer-Ansätze und Blended Learning-Tools ein.

TRAINING EXCELLENCE

Herausragende Leistung heisst für uns, eine praxisnahe, partizipative und ergebnisorientierte Arbeit. Die Konzepte legen einen hohen Wert auf Selbstführung sowie Verantwortung und orientieren sich an einem robusten Transfer in den Organisationsalltag. In der Führungsentwicklung legen wir einen besonderen Fokus auf eine gemeinsame Ausrichtung (Alignment) und ein starkes Commitment.



COACHING

IN HERAUSFORDERNDEN SITUATIONEN EIN STÜCK WEIT BEGLEITET

Erfolgreiche Selbst- und Fremdführung setzt voraus, das eigene Verhalten ganzheitlich reflektieren und sinnvoll anpassen zu wollen bzw. zu können. In Phasen von Neuorientierung und hoher Belastung stehen wir Ihnen und / oder Ihren Führungskräften als Sparringpartner zu Seite. Themen reichen vom persönlichen Arbeits-, Kommunikations-, oder Führungsstil bis zur Beziehungspflege.

COACHING EXCELLENCE

Herausragende Leistung heisst für uns, das Vertrauen in eine handlungsorientierte Person mit hohem Selbstwert- und Verantwortlichkeitsgefühl zu wecken. In Zusammenarbeit mit unseren Coaches werden mit der Person gemeinsam Ziele und Vorgehensweise festgelegt. In einem stetigen Dialog bieten wir praxistaugliche Werkzeuge, Methoden und Instrumente an und überprüfen Ergebnisse.



AD INTERIM MANAGEMENT

ALS TEAMMITGLIED BEGRENZTE ZEIT MITWIRKEN

Wenn die Ressourcen oder das Know-how fehlen, stehen wir unseren Kunden als Manager auf Zeit zur Verfügung. Wir übernehmen sowohl Linien- als auch Projektleiterfunktionen. Damit stellen wir sicher, dass erarbeitete Lösungen termingerecht umgesetzt werden, bis das notwendige Fachwissen intern aufgebaut und der Know-how Transfer erfolgt ist.

AD INTERIM EXCELLENCE

Herausragende Leistung heisst für uns, im Sinne unserer Kunden zu arbeiten. Innert kürzester Zeit integrieren wir uns in Ihrem Umfeld, um operativ im Einsatz zu sein.

DIE ZUKUNFT BEGINNT HEUTE

UNSERE ZUFRIEDENEN KUNDEN

ÖKK

JANSEN
Configure to Inspire

ETH zürich

AMSTEIN + WALTHERT

**Kanton Zürich
Baudirektion**

bouygues

ekt
energie thurgau

AAE
Member of the VTG Group

SPAR

**Basler
Kantonalbank**

**Bundesamt
für Gesundheit**

PostFinance

**UniversitätsSpital
Zürich**

netceteca

**Gemeinde
Klosters-Serneus**

Empa
Materials Science and Technology

Stadt Winterthur

zhaw
IAP
Institut für Angewandte
Psychologie

HILTL
vegetarisch seit 1898

**Liechtensteinische
Landesbank**

Empa
Materials Science and Technology

ESCATEC
YOUR INTEGRATED MANUFACTURING PARTNER

RAIFFEISEN

PARK HOTEL
WINTERTHUR ****

aenova

**ibis
HOTEL**

Sunrise

VTG

FUTURUM»»
management

Office Zürich

Seefeldstrasse 60
CH-8008 Zürich

info@futurum.ch
www.futurum.ch



**NEHMEN SIE KONTAKT
MIT UNS AUF.**


www.futurum.ch