



Tagesworkshop: „Kill“ a stupid rule: Bürokratie-Ballast adé

Wie Sie sich von hinderlichen, unwirksamen, kundenunfreundlichen, überholten Standards, Regeln und Verfahrensweisen trennen können, bestehende Vorgehensweisen vereinfachen/verbessern, so mehr Zeit für das Wesentliche gewinnen und das Mitarbeiter-Engagement erhöhen.

Das Ziel ist ein selbstverantwortliches Optimieren der innerbetrieblichen Prozesse, auch mit Blick auf eine verbesserte Kundenorientierung.



Das Thema

Bei zunehmender Arbeitsdichte bleibt immer weniger Zeit für das Wesentliche. Überregulierung ist in vielen Unternehmen ein Thema. Deshalb sollte man sich zunächst von Altlasten trennen: entrümpeln, ausmisten, Ballast abwerfen. Denn wer die Zukunft erreichen will, braucht leichtes Gepäck. Verfahrensweisen, Regeln, Standards und Normen aus alten Zeiten sind dabei nur hinderlich. Sie lähmen den Tagesablauf, frustrieren die Mitarbeiter und verärgern die Kunden.

Die entscheidende Frage ist demnach *nicht*: „Was brauchen wir noch?“ Sondern sie lautet zunächst: „Was muss weg?“ Und hiernach stellt sich die Frage: „Was muss anders werden?“ Die Mitarbeiter wissen übrigens längst, was das so ist. Zum Start fängt man am besten dort an, wo sich schnell was bewegen lässt. Dies ist auch deshalb sehr hilfreich, weil erste Erfolgserlebnisse dann zügig sichtbar werden. Eine ideale Ausgangsfrage an die Mitarbeiter ist also diese:

Kill a stupid rule! Von welchen untauglichen Standards und Regeln und von welchem administrativen Unsinn sollten wir uns schnellstmöglich trennen?

Um anschließend rasch in den Exzellenzbereich vorzustoßen, gibt es die folgende Frage:

Was ist die beste Idee, wie wir es stattdessen passender machen können?

Mit externer Hilfe und zusätzlichen Impulsen, Anregungen, Hinweisen und Beispielen lässt sich die kreative Power der Mitarbeiter am besten entfalten. Vor allem entsteht der „Mein-Baby-Effekt“. Dieser eintägige Power-Workshop eignet sich für Gruppen bis zu etwa 60 Teilnehmern.

Die Workshop-Inhalte

- **Vormittags:** Impulsvortrag zum Thema (auf Deutsch, analog Briefing)
- **Nachmittags:** Bildung von Arbeitsgruppen zwecks Identifizieren von untauglichen Verfahrensweisen sowie Optimieren bestehender Vorgehensweisen
Jede Arbeitsgruppe erarbeitet ein konkretes Konzept
Präsentation der Konzepte im Plenum und Entscheidungen



Die Zielgruppe

- MitarbeiterInnen (und Führungskräfte) aus allen Unternehmensbereichen

Die Teilnehmerzahl

- als Intensiv-Workshop: bis zu 20 Teilnehmer
- als Großgruppen-Workshop: ca. 30 bis 60 Teilnehmer

Der Zeitrahmen

- in aller Regel 1Tag (wahlweise auch 2 Tage)

Das Buch zum Workshop



Anne M. Schüller, Alex T. Steffen

Fit für die Next Economy

Zukunftsfähig mit den Digital Natives

Wiley Verlag 2017, 272 Seiten, gebunden, 19,99 €

ISBN: 978-3527509119



Die Workshop-Leiterin

Anne M. Schüller ist Keynote-Speaker, Businesscoach und mehrfach preisgekrönte Bestseller-Autorin. Sie gilt als führende Expertin für das Touchpoint Management und eine kundenfokussierte Unternehmenstransformation. Seit 2001 ist sie selbstständig. Zuvor hat sie über 20 Jahre lang in leitenden Vertriebs- und Marketingpositionen internationaler Dienstleistungsunternehmen gearbeitet. Die Diplom-Betriebswirtin zählt zu den zehn besten Vortragsrednern im deutschsprachigen Raum (Conga Award 2010). 2015 wurde sie für ihr Lebenswerk in die Hall of Fame der German Speakers Association aufgenommen. Ihr Touchpoint-Institut bildet zertifizierte Touchpoint Manager aus.

Managementbuch.de zählt sie zu den wichtigen Managementdenkern. Ihr jüngstes Buch heißt: "Fit für die Next Economy". Ihr Bestseller "Touch.Point.Sieg." ist das Trainerbuch des Jahres 2016. Ihr Bestseller "Das Touchpoint-Unternehmen" wurde zum Managementbuch des Jahres 2014 gekürt. Ihr Bestseller "Touchpoints" wurde zum Mittelstandsbuch des Jahres 2012 gekürt. Zu ihrem Kundenkreis zählt die Elite der deutschen, österreichischen und schweizerischen Wirtschaft, u. a. ABB, Audi, BMW, die REWE, IBM, die Allianz, die Swisscom, Vodafone, Wempe, Interspar, die TUI, der BITKOM, Sage Software, die Schweizer Post, Generali, die Erste Bank sowie Amgen, Lilly, L'Oréal, die HypoVereinsbank und der Sparkassenverlag.

Kontakt

Anne M. Schüller
Anne Schüller Marketing Consulting
Office: 0049 89 6423 208
info@anneschueller.de
www.anneschueller.de

Weitere Webseiten

www.empfehlungsmarketing.cc
www.touchpoint-management.de