

Was ist unter der Ausrichtungskompetenz zu verstehen?

Wohin wollen Sie gehen? Was für ein Ziel wollen Sie erreichen? Für Ihr Unternehmen, Ihren Unternehmensbereich oder Ihre Abteilung? Die generelle Ausrichtung des eigenen Denkens und Handelns ist wichtig. Vor allem gilt dies in Organisationen, denn dort arbeiten die Manager nicht alleine, sondern mit ihren Mitarbeitern zusammen. Wie soll man seinen Mitarbeitern eine gute Orientierung geben, wenn man selbst kein klares Ziel, keine eindeutige Strategie vor Augen hat. Sicherlich sollte der Kunde im Fokus eines jeden Unternehmens stehen. Man muss sich jedoch zunächst selbst und der Umwelt bewusst sein, daraus die wichtigen Schlüsse ziehen, Ziele setzen und Strategien festlegen. Erst dann wendet man sich konkret dem Kunden zu. Dementsprechend beginnt dieses Kapitel mit der Zielkompetenz. Dabei geht es um das Herausarbeiten von strategischen Zielen und dem Ableiten von Strategien. Zwei wichtige strategische Fragen werden in diesem Abschnitt behandelt: „Wo stehen wir?“ und „Wo wollen wir hin?“.

Mit der Kundenkompetenz richten wir unseren Fokus dann auf den Kunden. Er ist die wichtigste Person im Unternehmen. Der Kunde ist nicht abhängig vom Unternehmen, das Unternehmen aber von ihm. Er ist kein Außenseiter des Geschäfts, sondern ein Teil von ihm. Schließlich ist der Kunde die Person, die dem Unternehmen seine Wünsche mitteilt. Aufgabe des Unternehmens ist es, diese Wünsche zu seiner und der eigenen Zufriedenheit zu erfüllen. Folglich ist der Unternehmenserfolg nachhaltig nur zu sichern, wenn das Management den gegenwärtigen und zukünftigen Kundennutzen kennt. Dieses Verständnis ist der zentrale Punkt nicht nur bei strategischen Betrachtungen, sondern auch bei kurz- und mittelfristigen Planungen. Folglich thematisieren wir wichtige Aspekte um die Begrifflichkeiten „Kundennutzen“, „Kundenzufriedenheit“ und „Kundenloyalität“. Nicht zuletzt wird das Produkt als ökonomische Antwort auf die vom Unternehmen festgestellten Kundenbedürfnisse behandelt. Die Frage „Wo wollen wir hin?“ wird im Kapitel „Kundenkompetenz“ konkreter beantwortet und mündet in der Ableitung eines „strategischen Profils“, das jedes Unternehmen aus Management- und aus Kundensicht aufstellen muss.

Die Entscheidungskompetenz rundet die Ausrichtungskompetenz ab. Ein Manager entscheidet. Das Treffen von Entscheidungen ist ein Charakteristikum einer jeden Führungskraft. In der Entscheidung wird alles Bisherige auf den Punkt gebracht und Zukünftiges bestimmt. So behandelt dieses Kapitel einerseits den Entscheidungsprozess, aber auch die Gefahren und Denkfällen, die vor allem komplexe Situationen bereit halten. Gerade sie sind es, die zu „falschem“ Entscheidungsverhalten verleiten.