

01

14. Jahrgang

€ 10 | ISSN 1614-7804

German Council of Shopping Centers e. V.

ZUVERSICHT

Thesen aus Shopping Center 3.0 | Säen. Pflegen. Ernten. | Direktmarketing für bewegte Zeiten



»Wa(h)re Herzlichkeit!«

Seminartag mit Klaus Kobjoll

Am 5. Dezember 2008 nahmen 31 German Council Mitglieder an unserer German Council Academy Veranstaltung dem Motivationsseminar mit Klaus Kobjoll im Schindlerhof Nürnberg teil. Nachfolgend finden Sie direkt aus der Feder von Klaus Kobjoll einige Auszüge aus dem Seminar.

Langfristige, echte Kundenbegeisterung ist nur durch die starke Mitarbeiter-Orientierung eines Unternehmens möglich!

Die zentrale Frage, die sich in diesem so wichtigen Bereich stellt, lautet: Was tut ein Unternehmen aktiv für seine Mitarbeiter? Auch hier – wie so oft im Leben – sind es die kleinen Dinge, die zählen: Blumensträuße am ersten Arbeitstag, eigene Visitenkarten, kleine Geschenk vor und nach dem Urlaub, Geburtstagsrituale, Weihnachtsfeier, Ausflüge mit Lehrlingen, Einbeziehung der Familien und vieles andere mehr. Denn hier gilt: Das Rennen wird im Alltag gewonnen.

»Freizeitähnliche Arbeit bei höchsten Entscheidungsspielräumen in einem Team, das sich freundschaftlich verbunden fühlt.« So lautet die Sinn-Vision im Schindlerhof, auf der das gesamte Mitarbeiter-Modell aufbaut.

Im Schindlerhof ist die »Herzlichkeit unserer Mitarbeiter« eine unserer wesentlichsten Erfolgspositionen. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, bildet das Mitarbeiter-Modell einen unserer Kernprozesse. Dabei wird das Fähigkeitsprofil unserer Mitarbeiter durch die jeweils gültige Spielkultur definiert, die da lautet: »Wir beschäftigen in allen Bereichen die besten und fähigsten MitunternehmerInnen der gesamten Branche. Freundlichkeit, Kreativität, Flexibilität, Leistungsbereitschaft und Fachwissen sind beispielhaft.«

Ohne Mitarbeiterorientierung gibt es keine Mitarbeiterzufriedenheit oder sie bleibt dem Zufall überlassen. Zufriedenheit aber ist unabdingbar für die Identifikation und das im Schindlerhof gelebte Credo: »Begeisterung ist

übertragbar«. Denn Organisationen und Unternehmen werden immer nur dann erfolgreich sein, wenn sie über ein motiviertes und engagiertes Team verfügen.

DAS TUNE-MODELL

- Das Messinstrument für emotionale Werte
- Die Anzeige für Klima und Stimmung

Dienstleistung ist ein hochsensibles Business (nicht nur das »Was«, vor allem das »Wie«). Herkömmliche Management-Methoden stoßen an ihre Grenzen. Echte Freundlichkeit und



Das Messinstrument für emotionale Werte

T **otal beGEISTert**
 Touched by the...
 Touché par l'esprit de l'entreprise
 Totalmente ispirato dallo spirito della società
 Полностью восхищает

U **nterstützt durch sichere, stabile Abläufe (Prozesse)**
 Use of all quality standards
 Utilisation de tous les standards de qualité
 Utilizzazione dei Procedimenti sicuri, stabili
 Поддерживает надёжными и стабильными процессами

N **atürlichkeit schafft Wohlbefinden**
 Natural well being
 Naturellement bien d'être
 Naturalità del star bene
 Простота в общении - залог хорошего настроения

E **nergieReich**
 Energy / Energie / Energia
 Обогащение энергией

Hingabe kann man letztendlich nicht verordnen!

DIE STIMMUNG IST DER SOUND ENTLANG DER SERVICEKETTE

Der Sound muss nicht immer gleich stark sein. Aber Kratzer und abrupte Übergänge dürfen nicht vorkommen. Und spannende, einprägsame Passagen gehören dazu.

Es geht darum, gute Momente zu schaffen! Was erlebt der Kunde in diesem Moment? Nicht auf Ergebnisse warten – dann ist es zu spät und schon gelaufen.

Ein funktionierendes Qualitätsmanagementsystem ist Voraussetzung, denn: **Je stabiler und sicherer Fundament und Wände, desto freier und lockerer bewegen sich Mitarbeiter!**

Wer aufhört, besser zu werden, hört auf, gut zu sein.



Ein Beitrag von Klaus Kobjoll