

BEST PRACTICE



COVID-19 beschleunigt die Digitalisierung

Paul-David Becker / Andreas Schmid / Roberto Vogt

Zurzeit befinden wir uns alle in einer aussergewöhnlichen Situation, in welcher wir mit Verunsicherung, Ungewissheit und Ohnmacht konfrontiert sind.

Jeder von uns erlebt die emotionalen Vorgänge eines Veränderungsprozesses 1:1: Zuerst die Phase der Verleugnung, dann die Phase der Verunsicherung, anschliessend die Phase der Erneuerung sowie die letzte Phase der Konsolidierung. Zum Glück gelingt es den meisten Menschen und Unternehmen, sich auf die veränderten Gegebenheiten einzustellen und schliesslich das Beste aus der Situation zu machen.

An dieser Stelle möchten wir Sie dazu zu ermutigen, möglichst schnell die Phase der Erneuerung anzusteuern. Denn die neue Ausgangslage kann auch als Chance genutzt werden, um Neues voranzutreiben und umzusetzen. Als Beispiel hierzu unterstützen wir einige unserer

Kunden, ihre Mitarbeitenden online zu führen, auf Distanz zu trainieren und / oder ihre Kunden per Video zu beraten.

Wir sind überzeugt, dass mittel- und langfristig die Bedeutung der digitalen Führung, Ausbildung und Beratung weiterhin zunehmen wird. «Führung von virtuellen Teams», «Blendend-Learning» und / oder «Videoberatungen mit Kunden» werden sich zu Standards bzw. zu

gleichwertigen Optionen der persönlichen Interaktionen etablieren.

Diese neuen Ansätze verlangen rasche Entscheidungen unserer Kunden und das sind die Themen dieser Ausgabe unseres Newsletters: Entscheidungsgrundlagen und Entscheidungen.

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen bei der Lektüre, weiterhin alles Gute und vor allem beste Gesundheit.



NAB setzt auf BSP. für Vertriebsentwicklung

Paul-David Becker

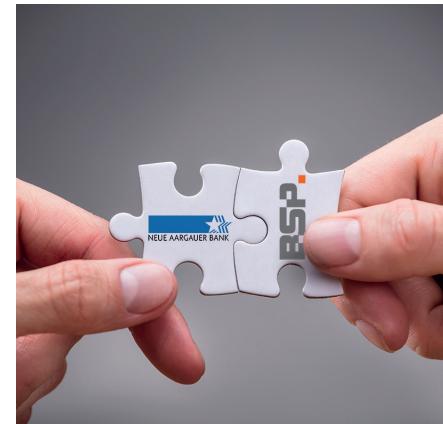
NAB steht für qualitativ hochstehende Beratung rund um Zahlen, Sparen, Anlegen, Finanzieren und Vorsorgen im Kanton Aargau. BSP. steht für Best Sales Practice. Die Verbindung dieser Philosophien trägt dazu bei, dass Kunden der NAB unvergessliche Beratungsgespräche erleben, bei welchen der Erfolg des Kunden stets im Vordergrund steht. Das Jahr 2020 markiert das fünfjährige Jubiläum der erfolgreichen Zusammenarbeit zwischen NAB und BSP.

«Die Bedürfnisse und die Herausforderungen unserer Kunden stehen im Mittelpunkt aller Verkaufsschulungen.», betont Reto Blum, Leiter Vertriebssteuerung NAB (mehr über Herrn Blum im Interview auf den Seiten 4 und 5). «Aus diesem Grund werden Berater und Beraterinnen jährlich mehrmals geschult. Das Ziel dabei: Eine langfristige und nachhaltige Entwick-

lung zu effektivem Verhalten im Kundengespräch zu erzielen, wobei die Prinzipien 'Sympathie', 'Mehrwert für den Kunden' sowie die 'emotionelle Kundenbindung' im Fokus stehen.», ergänzt Blum.

Um Nachhaltigkeit zu erreichen, ist bei den Verkaufstrainings mit Kundenberatenden stets auch die Beteiligung Ihrer Führungskräfte Voraussetzung. «Nur so kann Nachhaltigkeit langfristig im Alltag sichergestellt werden.», betont Paul-David Becker, Account Manager der NAB, Co-Founder und Managing Partner bei BSP.

Die Zusammenarbeit wird im Jahr 2020, auch mit neuen Themen- und Handlungsfeldern, fortgesetzt. Dabei wird die Entwicklung und Umsetzung des Online-Trainingsangebots ins Visier genommen, unter anderem aufgrund der zunehmenden Bedeutung der Distanzberatung. «Die partnerschaftliche Zusammenarbeit ist das A und O. Wir freuen uns.», rundet Paul-David Becker ab.



Reto Blum, Leiter Vertriebssteuerung NAB: «Mit BSP. und P.-D. Becker haben wir einen Partner der unsere Herausforderungen bestens versteht und die Inhalte auf den Punkt bringt. Das macht die Zusammenarbeit effizient und effektiv.»

Kaufentscheidungen von Kunden gestalten

Paul-David Becker im Gespräch mit Reto Blum, Leiter Vertriebssteuerung bei der Neuen Aargauer Bank AG (NAB), Entscheidungsarchitekt und Gründer der Human Decision Design GmbH

Wie wichtig ist Ihrer Meinung nach, gute Führung für den Unternehmenserfolg?

RB: Absolut zentral! Die entscheidende Frage ist, welche Führung die richtige ist. Während IT Firmen sich zusehends holokratisch organisieren und so ohne klassische Führung und Hierarchien auskommen, kann eine Armee ohne direktiven Führungsstil und Hierarchien nicht funktionieren. Innerhalb dieses Spektrums muss jedes Unternehmen seinen Platz finden. Nebst Branche, Geschäftsmodell und Konkurrenz determiniert die Mitarbeiterpopulation, welche Führung adäquat ist. Wenn die Armee für eine eigene Software Entwickler einstellt und diese wie ihre Truppen führt, werden sie noch in der Probezeit das Weite suchen. Gute Führung ist damit selten ein spezifisches Führungsmodell, sondern ist vielmehr «situative

Führung». Also die den Mitarbeitenden und Arbeitsinhalten angepasste Führung.

Welche Themen beschäftigen Sie aktuell in Ihrer leitenden Tätigkeit bei der Neuen Aargauer Bank?

RB: Im genannten Führungsspektrum kommen Banken historisch eher aus der Ecke der militärischen Führung. Mit der Transformation des Bankings verändern sich Aufgaben und es kommen neue hinzu. Neben klassischen Bankangestellten wie Kundenberatern oder Portfoliomanagern braucht es heute Programmierer, Scrum Master oder Data Scientists. Die Herausforderung besteht nicht nur darin, die Transformation technisch zu bewerkstelligen, sondern vor allem in kultureller Hinsicht. Die Führungskultur hat sich laufend den sich ändernden Bedingungen anzupassen.



Reto Blum, Leiter Vertriebssteuerung bei der Neuen Aargauer Bank AG, Entscheidungsarchitekt und Gründer der Human Decision Design GmbH

Wo liegen dabei die grössten Herausforderungen?

RB: Einen Organismus in der Grösse einer NAB in der Transformation fokussiert und zielorientiert aber dennoch flexibel und agil zu halten und den Mitarbeitenden ein optimales Arbeitsumfeld zu bieten, ist meines Erachtens eine der grössten und spannendsten Herausforderungen, die wir derzeit meistern.

Seit 2017 sind Sie zudem als Entscheidungsarchitekt tätig und haben die Human Decision Design GmbH gegründet. Wie kam das?

RB: Ich habe vor 5 Jahren mit dem Studium der Verhaltensökonomie begonnen. Meine Faszination für menschliches Verhalten traf auf eine neue Forschungsrichtung, welche Ökonomen und Psychologen vereint. Ihr ist es gelungen, die

menschlichen Entscheidungsmuster zu identifizieren. Basierend darauf habe ich ein Modell entwickelt, welches nicht nur unsere Entscheidungsmuster zusammenfasst, sondern es erlaubt diese aktiv zu gestalten. Entscheidungsarchitektur eben. Heute schulen wir Coaches, Trainer und Vertriebsleiter auf dem HUMAN DECISION DESIGN MODEL® damit sie ihre Kunden respektive Mitarbeiter befähigen können, Kaufentscheidungen Ihrer Kunden zu gestalten.

Den Start für die Zusammenarbeit mit BSP. ergab sich bei der NAB. Nun führen Sie diese mit der Human Decision Design GmbH weiter. Was waren die Beweggründe?

RB: BSP. rastet nicht und sucht laufend nach den neusten Erkenntnissen oder Methoden. So war auch ihr Interesse für Verhaltensökonomie gross,

als wir das Modell vorstellten. Was wir bei BSP. zudem schätzen, ist ihre einzigartige Ausrichtung auf die Herausforderungen ihrer Kunden. Die von BSP. konzipierten Inhalte sind praxisrelevant, aktuell, kreativ und damit ein perfekter Match mit unserem Angebot. Nicht zuletzt funktioniert die Zusammenarbeit auch auf der menschlichen Ebene ideal.

Herzlichen Dank für das Gespräch und für das Vertrauen.



HUMAN DECISION DESIGN MODEL®

Gehirngerechte Führung

Slavica Sovilj

Das Buch von Christoph Hoffmann verknüpft bewährte Konzepte aus der Arbeitspsychologie mit aktuellen Erkenntnissen aus der Neuropsychologie. Es zeigt gut nachvollziehbar die Zusammenhänge von Wahrnehmung, Bedürfnissen, Emotionen, Denken und Handeln auf, die den Arbeitsalltag beeinflussen. Dieses Wissen bildet eine Grundlage zum Führen der eigenen Person, Teams und Organisationen.

Der Zugang über neurowissenschaftliche Studien hilft Führungskräften, weiche Faktoren, wie Gefühle und Befindlichkeiten zu reflektieren und in ihren Führungsalltag zu integrieren. Wie fällen wir Entscheidungen, was ist Motivation und wie entsteht Willensstärke? Diese und weitere Fragen werden beleuchtet, durch konkrete Beispiele veranschaulicht und mit Übungen für die praktische Umsetzung ergänzt.

Wie jedes vernünftige Buch gibt es keine Rezepte, sondern viel Material und Anleitung zur Arbeit an sich selbst. Unser Gehirn ist wandlungsfähig und veränderbar bis ins hohe Alter, die wichtigsten Voraussetzungen für lebenslanges Lernen und ständige berufliche und persönliche Entwicklung.

Viel Spass bei der Lektüre.



Impressum

Redaktion

Paul-David Becker, Silvio Erni,
Andreas Schmid, Slavica Sovilj,
Roberto Vogt

Druck

Druckerei Bloch AG

Herausgeber

BSP. AG

Stadtturnstrasse 10
CH-5400 Baden
T +41 56 200 79 79
welcome@bsp.ch



Gap for Action

Paul-David Becker

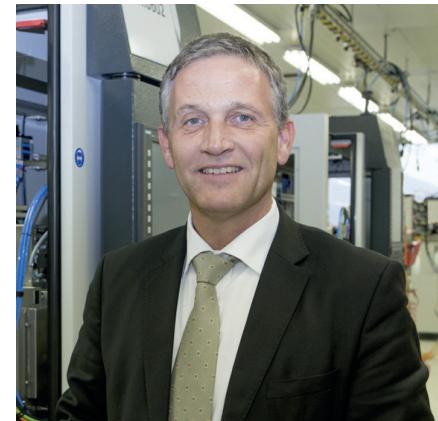
Posalux ist ein schweizerisches Unternehmen, welches seit knapp 60 Jahren eine Nischenstrategie in der Entwicklung, Herstellung und im Vertrieb von «high-tech» Micro-Bearbeitungsmaschinen verfolgt. Im Rahmen des rollenden Strategieprozesses wurde BSP im Dezember 2019 eingeladen, einen Workshop mit den vertriebsrelevanten Organisationseinheiten durchzuführen.

Das Ziel des Workshops war die Ausrichtung und Operationalisierung des Vertriebs an der neuen Strategie. Der Name des Workshops war «Gap for Action», Initiant der CEO, René Stössel. Er meint dazu: «Mir geht es vor allem um die bessere Zusammenarbeit zwischen den Teams in der Zukunft».

Die Grundlagen dieser Zusammenarbeit sowie die Fokussierung der Vertriebsorganisation auf die wichtigsten Umsetzungs-Streams wurden am Work-

shop mit 100%iger Aktivierung aller Teilnehmenden interaktiv erarbeitet. Befindlichkeiten und Beiträge zur erfolgreichen Strategieumsetzung wurden ausgetauscht, die Erwartungen der wichtigsten Stakeholder von Posalux entwickelt und als Zielbilder priorisiert. Ebenfalls wurden die bestehenden Praktiken im Verhältnis zu Branchen-Benchmark-Standards überprüft. Dort wo Gaps entstanden, wurden Verbesserungen für die Zukunft entwickelt, ausgetauscht, priorisiert und in Form von Projektaufträgen konkretisiert. Zur Abrundung des Workshops wurden gegenseitige Erwartungen zur besseren Zusammenarbeit untereinander angesprochen.

Fazit: Dank «Gap for Action» verfügt Posalux sowohl über die notwendigen Grundlagen operativer Exzellenz als auch über motivierte Teams, welche im Sinne «The Posalux Way 2020+» gerne miteinander zusammenarbeiten.



René Stössel ist seit über 18 Jahren CEO und Identifikationsfigur von Posalux, seine Beiträge zur Erfolgsstory sind bedeutend. Er ist Vater von zwei erwachsenen Kindern, leidenschaftlicher Golfspieler und überzeugter Tesla-Fahrer.

Potenziale entfalten

Slavica Sovilj

Wissen und Kompetenzen sind einem permanenten Wandel unterworfen: Bestehendes Wissen geht verloren oder verliert seinen Wert, neue Kompetenzen sind gefragt. Entwicklungen wie die Digitalisierung beschleunigen diesen Prozess. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, ist lebenslanges Lernen ein Muss.

Der zunehmende Fachkräftemangel sowie der demographische Wandel zwingen viele Firmen zum Umdenken. Es wird immer schwieriger, die benötigten Kompetenzen auf dem freien Markt zu finden. Deshalb investieren Firmen wieder vermehrt in die Weiterbildung ihrer Mitarbeitenden. Dazu gehören neben klassischen Trainings auch Programme wie Job-Rotation oder Rollenwechsel, bei denen eine Führungskraft ihre Verantwortung abgibt und als Coach oder Projektleiter neue Aufgaben übernimmt.

Damit solche «Lebenslanges Lernen Programme» nachhaltig Wirkung erzielen, ist es wichtig, dass die Firmen Alters-Stereotype abbauen und Veränderungswillige dabei unterstützen, sich in neue Aufgaben und Rollen einzuarbeiten.

Aus den Neurowissenschaften wissen wir, dass das Gehirn im mittleren Alter (45-70 Jahre) in vielerlei Hinsicht sehr reif und leistungsfähig ist und dauernd Neues dazulernen kann. Dank Erfahrungswissen können reifere Mitarbeitende mit Komplexität, Unsicherheit und Ambiguität viel souveräner umgehen als Jüngere – alles Schlüsselkompetenzen in der heutigen, sich schnell wandelnden Arbeitswelt. Dieses Potenzial wird oft noch zu wenig ausgeschöpft.

Wie bereiten Sie Ihre Organisation auf den demographischen Wandel vor? Wie unterstützen Sie Ihre Mitarbeitenden, sich weiterzubilden und am Ball zu bleiben?

