

Führen Sie mit Zielen - permanent

Gerade für die Führung brauchen Sie Ziele – eigene für sich und jene für Ihre Mannschaft. Denken Sie daran: Der neue Hardseller liebt Ziele. Sie sind für ihn der Gradmesser seines Erfolges. Sie sind sein Antreiber, sein Gewissen, sein Powerbarometer. Deshalb enthalten Sie ihm Ziele nicht vor, sondern fordern Sie ihn unablässig mit Zielen. Damit ist nicht nur die Jahreszielplanung gemeint, mit der sich viele Manager herausreden. Führen Sie mit Zielen – und zwar permanent.

Nehmen Sie sich ein Vorbild am Vorzeigeunternehmer Klaus Kobjoll. „Die Ziele müssen so hoch gesteckt sein, dass sie bei großen Anstrengungen gerade noch erreichbar sind!“, meint Kobjoll, und der vielfach ausgezeichnete Hotelier weiß, wovon er spricht.

Gesprächsaufbau eines Zielgespräches

Das Zielgespräch besteht aus sechs Elementen:

1. Darstellung der Ziel-Vorstellung aus Ihrer Sicht

Arbeiten Sie mit der SMART-Formel: spezifisch, konkret, messbar, zeitlich begrenzt und realistisch. Beachten Sie, dass Mitarbeiter entweder zu kleine Ziele wählen und sich dann erschrecken, wenn wir mehr von ihnen wollen. Oder sie wollen dem Chef imponieren und legen die Latte viel zu hoch. Wenn der Chef das Ziel dann nach unten korrigiert, sind sie frustriert, weil sie glauben, dass der Boss nicht genug Zutrauen in ihre Leistung hat. Deshalb gibt es nur den Weg, dass die Führungskraft die Ziele entsprechend der jeweiligen Situation des Mitarbeiters vorgibt.

2. Begründung der Erreichbarkeit dieses Zieles

Was hat der Mitarbeiter davon, wenn er die Ziele erreicht? Warum ist dieses Ziel wichtig für ihn und das Unternehmen? Warum glauben Sie, dass dieses Ziel für ihn erreichbar ist? Auf welche Erfolge in der Vergangenheit kann der Mitarbeiter zurückgreifen? Was wurde intensiv trainiert? Beantworten Sie ihm diese Fragen, damit er in der Zielformulierung und Umsetzung sicher und souverän wird.

3. Die Meinung des Mitarbeiters

Befragen Sie den Mitarbeiter nach seiner Meinung zur Zielvorgabe, aber lassen Sie ihn nicht aus der Pflicht. Machen Sie das Ziel zu einem gemeinsamen Ziel, mit dem sich auch der Verkäufer identifiziert.

4. Vereinbarung und Planung

Treffen Sie eine eindeutige Vereinbarung über das konkrete Ziel und planen Sie die Teilschritte, die zur Erreichung nötig sind. Lassen Sie den Mitarbeiter das Ziel schriftlich formulieren, so fasst er ein größeres Zutrauen in die Erreichbarkeit. Also immer schriftlich, konkret, kurz und bündig.

5. Motivation des Mitarbeiters

Malen Sie Ihrem Mitarbeiter ein Bild des Zieles – natürlich im übertragenen Sinne. Machen Sie ihm klar, welche Vorteile er hat, welchen Lerneffekt er erzielen kann oder welche finanziellen Auswirkungen die Erreichung des Ziels nach sich zieht.

6. Selbstpräsentation des Mitarbeiters

Dieser Punkt ist wichtig. Der Mitarbeiter muss das Ziel noch einmal aus seiner Sicht schildern und erklären, wie er das Ziel umsetzen wird. Verzichten Sie auf diesen wichtigen Schritt, bekommen Sie schnell den „Nikolaus-Effekt“. Beobachten Sie einmal Kinder, die vor dem Nikolaus stehen. Sie haben die Wahl zwischen der Rute oder einem Geschenk aus dem Sack. Weil sie natürlich das Geschenk wollen, geloben sie in allen Punkten Besserung. Aber kaum ist die Tür ins Schloss gefallen, sind alle Zusagen hinfällig. Hauptsache, die Rute kam nicht zum Einsatz...