

Outsourcing-Erfolg e motiviertes Team

von Auslagerungsprojekten verlieren nicht wenige

IT-Mitarbeiter die Freude an der Arbeit und werfen schließlich

durchdachten Integration lässt sich das verhindern.



4 Stolperstein: Schlechtes Change-Management

Die gewonnenen Informationen sind die Voraussetzung für Integrationsworkshops und -gespräche mit den neuen Mitarbeitern. Die eingetretenen Kollegen brauchen Unterstützung beim „Loslassen“ – eine Unternehmenspräsentation alleine hilft nicht über den Verlust des „Heimatgefühls“ hinweg. Sinnvoller ist es, neue und „alte“ Mitarbeiter zu mischen und den Austausch zu fördern. Immer daran denken: Im Zweifel wandern nicht diejenigen ab, die sich am lautesten beschweren, sondern die mit den besten Chancen am Arbeitsmarkt.

5 Stolperstein: Isolierte Teams

Auch wenn ein Outsourcer bisher alles richtig gemacht hat, lauert noch ein letzter Stolperstein: Die Mitarbeiter sind nun Teil des Unternehmens und werden sich selbst überlassen. Dies führt im extremsten Fall dazu, dass der Outsourcer aus unterschiedlichen Unternehmen besteht. Die übernommenen Mitarbeiter von Kunde X bilden ein Team, die Mitarbeiter von Kunde Y ein anderes. Es entsteht keine gemeinsame Identität. Im Integrationsprozess beginnt nun erst die wirkliche Arbeit.

3 Stolperstein: Transfer nicht gut organisiert

Ist der Vertrag unterzeichnet, beginnt der Transfer der Mitarbeiter. Ein erfahrener HR-Manager auf Dienstleisterseite muss das Projekt leiten und für einen ständigen Austausch zwischen den Mitarbeitern, Betriebsräten und HR-Verantwortlichen beim Kunden sorgen. Wichtig ist, frühzeitig Entwicklungskonzepte aufzuzeigen. Damit demonstriert der Outsourcer, dass er die neuen Mitarbeiter nicht bei erster Gelegenheit wieder loswerden will.

ist die Botschaft der Outsourcer, dass der neue Arbeitgeber IT als Kerngeschäft betreibt und die neuen Mitarbeiter daher größere Entwicklungsmöglichkeiten haben.

2 Stolperstein: Verhandlungspartner vergessen

Bei den Verhandlungen über einen Outsourcing-Vertrag konzentriert sich der Auslagerungsspezialist normalerweise auf die geschäftlichen Entscheider des möglichen Partners. Entsprechend bereiten die Verhandlungsführer des Dienstleisters wirtschaftliche und technische

Daten auf und sprechen über Einsparungen, Effizienzsteigerung oder Migrationszeitpläne. Doch für den möglichst reichhaltigen Mitarbeiterübergang müssen häufig andere Entscheider einbezogen werden: Personalleiter und Betriebsräte gehören dazu. Diese erwarten Auskunft zu anderen wichtigen Themen wie Unternehmenskultur, Weiterbildungs-

4 Sprich die Sprache des Kunden: Weg mit Standardangeboten. Wer Spezialsoftware verkaufen will, muss verstehen, wie die Kunden arbeiten, um ihre Anforderungen zu verstehen und ihre Prozesse zu beschleunigen. Fachchinesisch ist verboten.

5 Sage es durch Dritte: Niemand glaubt Prospekten. Testberichte, eine Empfehlung seitens eines IT-Chefs, Auszeichnungen oder Zeitungsartikel erhöhen das Vertrauen in ein Produkt, weil ein unabhängiger Dritter sein Urteil gefällt hat. Tipp: Statt eines Katalogs lesen Interessenten lieber ein Kundenmagazin.

6 Folgen des Nichtkaufens:

Wer kein Virenschutzprogramm installiert, riskiert Datenverluste. Wer die Festplatte nicht extern sichert, verliert im Katastrophenfall wichtige Daten. Es gilt die Konsequenzen deutlich zu machen, wenn der Kunde seine Chance nicht nutzt.

7 Fordere zum Handeln auf:

Der Kunde soll ein Muster bestellen, eine Probefreierung testen, ein Dokument herunterladen. Tritt dann mit ihm in den Dialog, der Weg ist gebahnt, weil der Kunde durch seine Aktion Interesse signalisiert.

Der Joker: Werde Experte! Menschen wollen von Kennern versorgt werden. Diesen Status erreicht man, indem man lernt und sein Wissen teilt. Statt Marketing-Floskeln auf der Website besser inhaltliche Tipps geben – das strahlt Kompetenz aus.



Apples iPad – hier mit der vorigen CW-Ausgabe – wurde zum Bestseller, weil er Emotionen weckt.

gern, Arbeitsabläufe effektiver gestalten, Kosten senken oder sich profilieren.

2 Verkaufen über Emotionen:

Gefühle sind die Schnellstraße im Gehirn. Verknüpft mit Bildern, Gerüchen oder Erfahrungen lässt sich ein Produkt im Kopf verankern. Paradebeispiel ist Apple, das mit iPhone und iPad Lifestyle verkauft. Ein IT-Verkäufer muss veranschaulichen, dass er maßgeschneiderte Lösungen anbietet und keine nackten Computer.

3 Der moralische Vorvertrag:

Frage den Interessenten, welches Produkt er zu welchem

Preis wann geliefert haben möchte. Wiederhole seine Antwort und frage, wenn das erledigt ist: „Bekomme ich einen Probeauftrag?“ Schreibe ihm ein Angebot, das wie eine Auftragsbestätigung wirkt.

Von Michael Sudahl*

Ob kleiner TK-Dienstleister oder große Softwarefirma, IT-Vertriebler könnten sich nach Meinung des Vertriebstrainers Jürgen Frey wesentlich geschickter agieren. Davon hätten auch die Kunden etwas. Frey empfiehlt Folgendes:

1 Verkaufen über Visionen: Kein Kunde interessiert sich für technische Details, die in Fachvokabular verpackt sind. Entscheider wollen vielmehr

In sieben Schritten zu mehr Umsatz IT-Verkäufer müssen die Sprache der Anwender sprechen, sagt Jürgen Frey.

Sinnvoll kann es auch sein, ein Blog zu betreiben, Fachvorträge bei Unternehmenskongressen zu halten oder sich als Experte in der örtlichen Handwerkskammer und dem Branchenverband zu engagieren. (hk)

*Michael Sudahl ist freier Journalist in Stuttgart.

WHAT DOES SUCCESS SOUND LIKE?

Teamwork. Technical expertise. Global perspective. When you join us, you become part of a team dedicated to continually driving technology forward.

Dell provides richly configured hardware and innovative business solutions at the best possible prices to our customers. We are at the cutting edge of technology. We rely on the enthusiasm and dedication of our workforce to keep us in that position and realize that by ensuring excellent working conditions and a healthy work-life balance for our employees, everybody benefits. We're currently seeking

SOLUTION ARCHITECTS

Responsible for translating the client's business requirements into specific systems, applications or process designs with interlocked financial modeling for very large complex technical solutions. Analyzes customer service requirements and designs service solutions to meet those objectives.

TECHNICAL CONSULTANTS

Implement total systems solutions to the technical needs of customers. These solutions deal with the major business processes used to manage the overall enterprise. The task requires integrating hardware, processes, methodologies, software, and the customer. Dell Technical Consultants may participate with the customer in the strategic design process and translate business needs into technical systems solutions. They are responsible for the deployment of technical correctness and completeness of integrated systems designs. May assist the sales organization and related Practice Areas as technical/industry subject

DELL

TO HEAR MORE, VISIT DELL.DE/karrieren

Dell is TOP-Arbeitgeber Deutschland. GREAT PLACE TO WORK! Deutschlands beste Arbeitgeber und FAIR COMPANY.