



Spitzenleute tun es, Top-Unternehmen machen es: wie-rkungsvoll sein durch kompromisslose Beachtung von Kundenwünschen

Spitzenleute tun es, Top-Unternehmen machen es: wie-rkungsvoll sein durch kompromisslose Beachtung von Kundenwünschen
 "Das Leben ist kein Wunschkonzert", ist eine weit verbreitete Ansicht. Sie ist falsch. Das Leben ist sehr viel angenehmer, wenn die wie-rlch wie-chtigen Wünsche im Mittelpunkt stehen. Das ist das Tor zu besseren Produkten, Dienstleistungen und mehr Lebensqualität. Wie das geht? Die einfache und zentrale Frage: "Wie soll es denn sein? Wie hätten Sie es gern?" spart Zeit, Nerven, Geld.
 Hasso Plattner sagt: "Man neigt dazu, immer wieder alles neu zu erfinden, obwohl es einen reichen Erfahrungsschatz gibt, der aber nicht gehoben werden kann." Der SAP-Mitbegründer glaubt: "Es wäre schön, wenn die akademische Welt zumindest den Notstand in der Softwaretechnik erkennen würde. Der Weg zu einer wirklichen Ingenieurskultur in der Welt der Software wäre dann viel klarer und weniger steinig". Plattner ist Aufsichtsratsvorsitzender des Softwarekonzerns. Er beklagt die geringe Methodik für Entwurf und Dokumentation in der Softwareentwicklung und wünscht sich: "Es wäre schön, wenn die akademische Welt zumindest den Notstand in der Softwaretechnik erkennen würde. Der Weg zu einer wirklichen Ingenieurskultur in der Welt der Software wäre dann viel klarer und weniger steinig".
 Erfahrungen schnell und ohne Übertragungsfehler auszutauschen. Gewohnt Wünsche zu realisieren, gibt es ein Hasso Plattner Institut (HPI) an der Uni Potsdam und u.a. einen Forschungsschwerpunkt, der sich speziell mit seinem "Wunsch" befasst. Im HPI-Stanford Design Thinking Research Program wird wissenschaftlich ergründet wie Design-Thinking-Innovationen funktionieren oder was nicht läuft. * *Quelle: http://www.hpi.uni-potsdam.de/forschung/design_thinking_research_program/programm.html ; Download 12.08.2013

Das gilt gerade, wenn Kunden ihre Bedürfnisse zwar vage fühlen, sie aber erst bewusst mitteilen können, wenn sie das erahnte, gewünschte Produkt oder die Dienstleistung haben. Das ist das Bemerkenswerte an Spitzenleuten und Top-Unternehmen. Die Besten haben es drauf und die Kunden wissen das zu schätzen, wenn sie ihre Wünsche trotzdem erfüllt bekommen.
 Genau hinsehen, zuhören, nachfragen, sich austauschen, Muster/Prototypen herstellen, erneut beobachten, fragen, konkreter arbeiten, Änderungen besprechen und diesen Ablauf ggfls. mehrfach wiederholen ist der Weg. Dass "besser werden" als fortlaufenden Prozess zu begreifen, fördert persönliche und unternehmerische Spitzenleistung. Konkreter, besser, klarer und zumeist kostengünstiger kommen Kunden und Anbieter zum gewünschten Erfolg.
 Wie-rkungsvoll und ziemlich kompromisslos Wünsche umsetzen führt zu einer hohen Trefferquote. "Wie wussten die nur, wie ich das wollte? Genauso habe ich mir das vorgestellt. Seit Jahren suche ich danach. Endlich finde ich es. Das kaufe ich immer wieder, weil es so gut zu mir passt, " sind spontane Reaktionen, die zeigen, wie vorteilhaft wie-orientierte Wahrnehmung ist, statt betriebsblind am Kunden vorbei zu planen.
 Eine offene Wahrnehmung gibt Raum und ist dadurch besser. Wie-orientiert sein bedeutet, konsequent Wie-Fragen zu stellen. Das hört sich zu simpel an? Dann machen Sie doch einen Versuch und erleben selbst, wie gut das "wie" wie-rt.
 Wir unterscheiden zwischen wie-orientiert und was-dominant. Weil wir den Unterschied so weitreichend und bedeutsam finden, haben wir die Wie-Grundlagen und die Wie-Praxis in den Mittelpunkt unserer wissenschaftlich fundierten Arbeit als Autoren, Köche und Sommeliere gestellt.
 Wir haben weiterhin festgestellt, schwer das Leben dort ist, wo viele Was-Fragen und Was-Behauptungen gestellt werden. Da weht ein ganz anderer Wind. "Was willst du? Was soll das? Was bildest du dir ein? Was wird das? Was stehst du herum? Was kann ich dafür?" Nach solchen Fragen sinkt die Stimmung schnell auf den Nullpunkt. Frostiges Klima bedeutet Rückzug. Zugeknöpft, unsicher, steif -körperlich spürbare Merkmale, die sich auch bei schlechtem Wetter bemerkbar machen, verändern die Menschen. Und lässt die Produktivität gleich mit sinken. Von gelingender Umsetzungsfreude fehlt jede Spur. Daran leiden Millionen von Menschen in Unternehmen. Hier liegt ein hohes Wertschöpfungspotential. Es ist unglaublich wie-chtig mehr über die Art und Weise, wie nachzudenken.
 Kernfrage ist dabei, wie verhalten sich Menschen beim kreativen, innovativen Denken und Handeln? Lassen sich Strukturen, Werkzeuge, Systeme, Methoden ableiten, hinzufügen, begreifbar machen? Wie wie-rt sich das aus? Wie leistungsfähig sind Menschen, Maschinen, Technik? Wie kann das Vermögen zur richtigen Zeit am richtigen Ort innovativ zu sein gefördert werden? Was verursacht Flops? Ja, was. Und dann mit mehr wie gegensteuern.
 Dieses uralte Wort war bereits vor urlanger Zeit und bis heute auch Teil der Körpersprache. Das Wort wie-rt wie eine Lokomotive. In jeder Lebenslage und von jedem Menschen gebraucht, ist es weltweit das kürzeste und zentralste Symol für die sich erneuernde innovative Zugkraft. Es ist auch das Leitfragewort in allen Methoden, die Designer anwenden. Immer sind es Menschen, die sich etwas wünschen, immer sind es Menschen, die Wünsche umsetzen: "Wie lässt die Welt besser begreifen? Wie vielfältig könnte die Nutzbarmachung erfolgen? Bei aller Komplexität ist ein Produkt dann besonders gut, wenn es unkompliziert Wünsche erfüllt und sich intuitiv erschließt. Steve Jobs hat es mit dem iphone und anderen Apple Produkten vorgemacht. Am HPI gehören Soft-Skills (Schlüsselqualifikationen, Fähigkeitentraining) ergänzend zur Fachausbildung in den Bachelor- und Masterstudiengang. Zu Themen wie 'Business Etikette', 'Namens- und Gedächtnistraining' und 'Zeit-, Selbst- und Stressmanagement' bekommen die Teilnehmer Grundlegendes und Wesentliches zum jeweiligen Schwerpunkt vermittelt. * *Quelle: <http://www.hpi.uni-potsdam.de> ; Download 12.08.2013
 Auch bei den Soft Skills spielt das kleine Fragewort "wie" eine entscheidende Rolle. Das "Wie" ist mehr als ein Wort. Es ist unser sprachlicher Ausdruck für Erstaunen, Neugier, Wissensdurst. Entdecken Sie das kleine Wort als praxistaugliche Kurzformel für Unternehmungsgeist und Umsetzungskompetenz. Es ist die praktische Seite der Welt, es ist das Tor für großartige Zielerreichung, Spitzenleute nutzen es, Top-Unternehmen brauchen es, Kunden fragen damit nach ihren Wünschen.
 Wie-Praxis ist eine Einladung die Welt mit frischem Blick anzusehen. Geht etwas unter die Haut, sind Menschen mit allen Sinnen dabei. Sie fühlen sich besser, stärker, zuversichtlicher, mutiger, befreiter, gleichzeitig gefestigter und verwurzelter. Es muss unter die Haut gehen, damit die emotionalen Zentren im Gehirn aktiviert, Botenstoffe freierwerden und sich neue Nervenzellen bilden können. Das ist die Art und Weise, wie Menschen wie-rkungsvoll mit der Natur arbeiten. Lesen Sie mehr in unseren eBooks:
 Wie zu viel Was unser Leben zerstört von Maria Brüggemann (1. Mai 2013)
EUR 7,90 Kindle-Kauf alle eBooks: www.amazon.de
Wie- die praktische Seite der Welt von Maria Brüggemann von Maria Brüggemann (28. Mai 2013) EUR 3,99 Kindle-Kauf
Wie-Lesebuch von Maria Brüggemann (30. Mai 2013) EUR 3,99 Kindle-Kauf
Wie gelingt begeisterte Potentialentfaltung? von Maria Brüggemann von Maria Brüggemann (31. Mai 2013) EUR 3,99 Kindle-Kauf
Die Autorin Maria Brüggemann, geboren 1951 in Glandorf, ist Literaturwissenschaftlerin M.A., praktische Betriebswirtin (KA), Autorin, Dozentin, Köchin und hat eine wie-sionäre Art und Weise, mit der sie die Welt und die Menschen gern verzaubert. Ihre ganz und gar alltagstaugliche Zauberkraft bezieht sie aus dem Wie. Zusammen mit ihren Mitautoren Theresa (geb. 1983) und Peter Brüggemann (geb. 1949) und Ruth Hanisch (geb. 1982) hat sie den großen Wunsch, weltweit so vielen kleinen und großen Menschen wie nur möglich, begreiflich zu machen, wie viel angenehmer es sich mit mehr Wie und weniger Was lebt. Das Familien-Autoren-Team lebt und arbeitet in Glandorf-Schwege so ziemlich in der Mitte zwischen den Friedensstädten Osnabrück und Münster.
Unsere Webseite: www.wie-rkungsvoll-erleben.de
Weitere Links: www.glandorf.de www.grenzgaengeroute.de www.friedensroute.de

Maria Brüggemann
Hauptstr. 14
49219 Glandorf-Schwege
Deutschland
Tel: 05426 2063
Email: info@wie-rkungsvoll-erleben.de
Webseite: www.wie-rkungsvoll-erleben.de

Pressekontakt

Maria Brüggemann

49219 Glandorf-Schwege

info@wie-rkungsvoll-erleben.de

Firmenkontakt

Maria Brüggemann

49219 Glandorf-Schwege

info@wie-rkungsvoll-erleben.de

Maria Brüggemann (Inhaberin) Praxis-Konzepte, Verlag und Veranstaltungen; geboren 1951 in Glandorf, ist Literaturwissenschaftlerin M.A., praktische Betriebswirtin (KA), Autorin, Dozentin, Köchin und hat eine wie-sionäre Art und Weise, mit der sie die Welt und die Menschen gern verzaubert. Ihre ganz und gar alltagstaugliche Zauberkraft bezieht sie aus dem Wie. Zusammen mit ihren Mitautoren Theresa (geb. 1983) und Peter Brüggemann (geb. 1949) und Ruth Hanisch (geb. 1982) hat sie den großen Wunsch, weltweit so vielen kleinen und großen Menschen wie nur möglich, begreiflich zu machen, wie viel angenehmer es sich mit mehr Wie und weniger Was lebt. Das Familien-Autoren-Team lebt und arbeitet in Glandorf-Schwege so ziemlich in der Mitte zwischen den Friedensstädten Osnabrück und Münster. Lesen Sie mehr in dem eBook: Maria Brüggemann et al: Wie zu viel Was unser Leben zerstört; ISBN 3-978-944100-00-5-5, (amazon, Kindle eBook) und auf der Webseite: www.wie-rkungsvoll-erleben.de Kernthese: Wie-orientiert fühlen, denken, sprechen und handeln bedeutet Milliardengewinne durch einen einfachen Wortwechsel zu mehr Fragen und Erklärungen, in denen anstelle des "was" verstärkt das Wort "wie" eingesetzt wird. Es bedeutet einfacher und entspannter zu leben, dauerhaft Vermögen zu gewinnen und persönlich, beruflich und familiär mit Begeisterung wie-orientiert zu lernen und zu arbeiten. Mehr Wie ist eine Einladung die Welt mit frischem Blick anzusehen. Geht etwas unter die Haut, sind Menschen mit allen Sinnen dabei. Sie fühlen sich besser, stärker, zuversichtlicher, mutiger, befreiter, gleichzeitig gefestigter und verwurzelter. Es muss unter die Haut gehen, damit die emotionalen Zentren im Gehirn aktiviert, Botenstoffe freierwerden und sich neue Nervenzellen bilden können. Das ist die Art und Weise, wie Menschen wie-rkungsvoll mit der Natur arbeiten.