

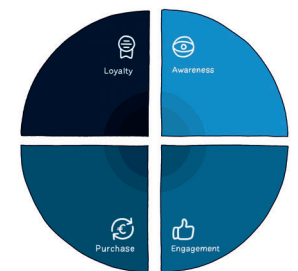
PAINPOINT

keine ausreichende
Berücksichtigung
Lernraum und
Socializing:
Emotionen schaffen
Lernerfolg

**Wie bekomme ich das,
was ich wirklich brauche?**

Der Lernort und das
Socializing haben
erheblichen
Einfluss auf die
spätere Umsetzung
der Inhalte

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

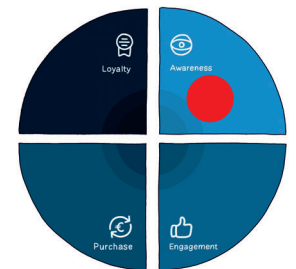
PAINPOINT

Generationen nicht gewürdigt:
unterschiedliche Haltungen und Erwartungen von Auftraggebenden und Teilnehmenden

Wie bekomme ich das, was ich wirklich brauche?

Generationen und ihre Spezifika ab dem Briefing berücksichtigen, der Köder soll dem Fisch schmecken

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

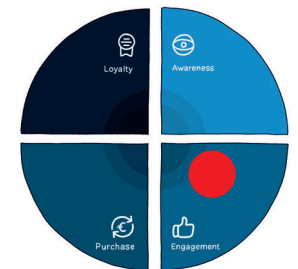
PAINPOINT

Veränderung nicht
wirklich gewollt
(Entsendende oder
Teilnehmende)

**Wie bekomme ich das,
was ich wirklich brauche?**

Wenn Veränderung
auf einer der Seiten
nicht gewollt ist,
haben die Lernbe-
gleitenden keine
Chance: daher
Auftrag über-
denken

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

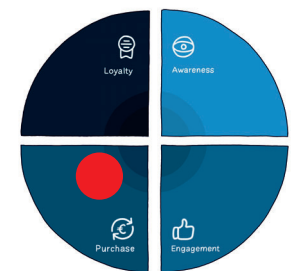
PAINPOINT

Wunsch nach
„Zauberpille“:
„Machen Sie unsere
Leute in zwei
Stunden fit“

**Wie bekomme ich das,
was ich wirklich brauche?**

Angemessener
Rahmen in Bezug
auf Zeiten, Grup-
pengrößen, Lern-
orte ermöglicht/
erhöht den
Lernerfolg

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

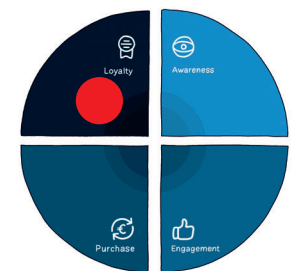
PAINPOINT

Eingeschränkte
Lernbereitschaft:
fehlende
Zukunftsfitness

**Wie bekomme ich das,
was ich wirklich brauche?**

Gut filtern, wer an
welcher Maßnahme
teilnimmt.
Lernbereitschaft ist
eine Frage der
Haltung

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

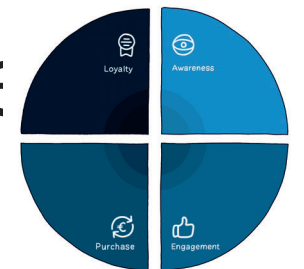
PAINPOINT

Schlechtes Timing:
zu früh oder zu spät

**Wie bekomme ich das,
was ich wirklich brauche?**

Ganz wichtig für
Auftraggebende:
operative
Führungskräfte und
externe rechtzeitig
mit ins Boot
nehmen und d
gut terminiere

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

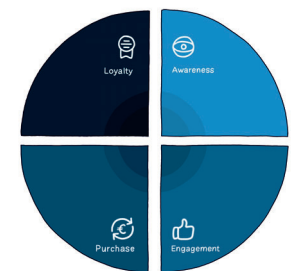
PAINPOINT

Fehlender
Lernerfolg aufgrund
fehlender Vor-/
Nachbereitungszeit

**Wie bekomme ich das,
was ich wirklich brauche?**

Kosten senken
(insgesamt) durch
fest eingeplante
Zeit für Vor- und
Nachbereitung von
Maßnahmen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

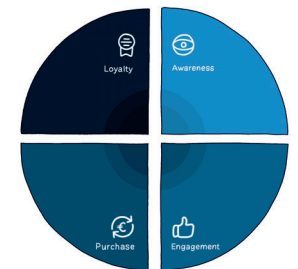
PAINPOINT

„Mäßiges“
Erwartungs-
management der
Teilnehmenden:
vorprogrammierte
Enttäuschung

**Wie bekomme ich das,
was ich wirklich brauche?**

Erwartungsmana-
gement im Unter-
nehmen aufgreifen
und klären. Auch
die externen sind
hier gefragt

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

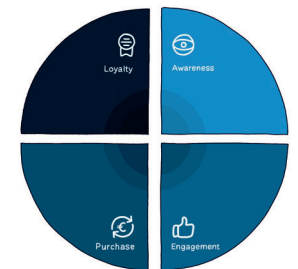
PAINPOINT

Geschickte
Teilnehmende:
fehlende inhaltliche
Ausschreibung

**Wie bekomme ich das,
was ich wirklich brauche?**

Je besser die
Teilnehmenden
vorinformiert sind,
umso besser der
Lernerfolg

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

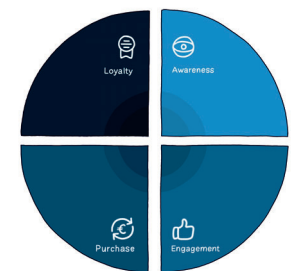
PAINPOINT

Praktischer
Lerntransfer
bekommt zu wenig
Raum

**Wie bekomme ich das,
was ich wirklich brauche?**

Ein praktischer
Lerntransfer über
mindestens fünf
Stufen sorgt für
dauerhafte
Umsetzung von
Kernelemen-
ten

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

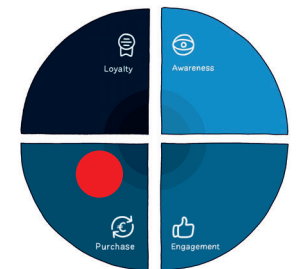
PAINPOINT

Tolle Ergebnisse -
mangelnde
bis keine
Verwertung

**Wie bekomme ich das,
was ich wirklich brauche?**

Follow ups
konsequent
durchführen,
Lerntransfer
implementieren,
Plattformen nutzen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

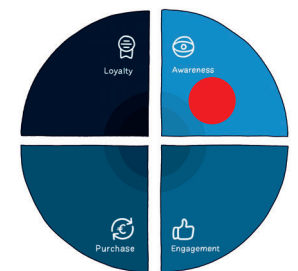
PAINPOINT

Reifegrad der Veränderung des Unternehmens wird nicht ausreichend berücksichtigt

Was ist im Customer-Lifecycle noch wichtig?

Regelmäßige Updates für dauerhafte Wegbegleiter, auch in laufenden Prozessen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

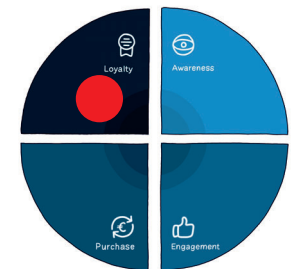
PAINPOINT

keine positive Fehlerkultur in der Zusammenarbeit intern/extern

Was ist im Customer-Lifecycle noch wichtig?

gemeinsam eine positive Fehlerkultur etablieren und einen Guide vereinbaren

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

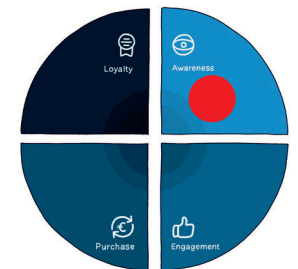
PAINPOINT

Fehlende Ein-
bindung der
Führungskräfte

**Wer sollte mit am
Tisch sitzen?**

Führungskräfte -
und gerne auch
Teilnehmende der
Endzielgruppe -
früh einbinden

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

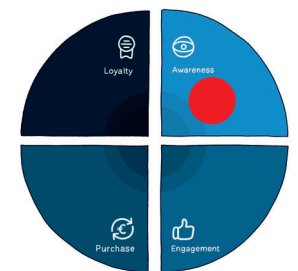
PAINPOINT

unterschiedliches
Problem-
bewusstsein

**Wer sollte mit am
Tisch sitzen?**

Unterschiedliche
Bereiche des Unter-
nehmens bewerten
die Probleme unter-
schiedlich: daher
mehrere Facetten
am Briefing
beteiligen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

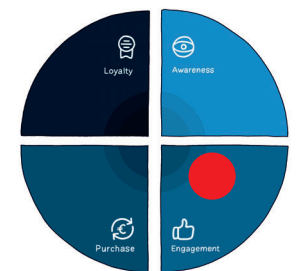
PAINPOINT

„zu“ positive
Haltung gegenüber
den Teilnehmenden
intern

**Wer sollte mit am
Tisch sitzen?**

Durch die Beteili-
gung unterschied-
licher Distanzkreise
kann ein gutes Bild
entstehen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

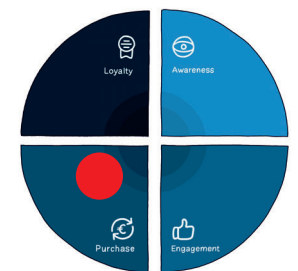
PAINPOINT

Die Geister, die ich rief, schreien laut: Mitarbeitende sind „angezündet“, Umsetzung nicht gewollt

Wer sollte mit am Tisch sitzen?

Im Vorfeld auf Lippenbekenntnisse achten: was ist wirklich gewollt und wird dann auch später unterstützt?

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

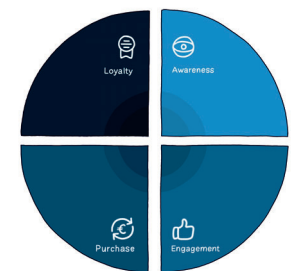
PAINPOINT

Ist die briefende Person in der Lage, die Themen passgenau zu benennen?

Wer sollte mit am Tisch sitzen?

Alle an den Tisch holen, die wirklich etwas zur Ausgangslage und Zielstellung sagen können

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

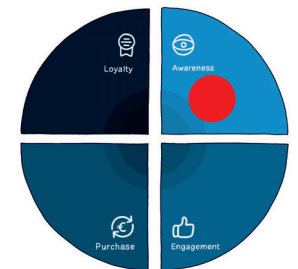
PAINPOINT

Vorgeschichte nicht
ausreichend
gewürdigt

**Was brauchen
Trainer*innen und
Auswählende für eine
gute Auftragsklärung?**

Was ist vorher im
Unternehmen und
mit dem/den Teil-
nehmenden
geschehen?

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

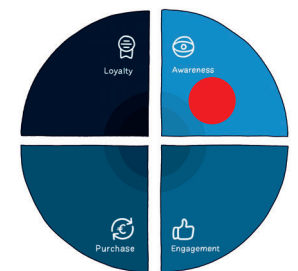
PAINPOINT

fehlende Berücksichtigung vorhandener Leitbilder, Strategien, Vorgaben, z.B. Führungsgrundsätze

**Was brauchen
Trainer*innen und
Auswählende für eine
gute Auftragsklärung?**

Je besser Trainer/
innen/Coaches
informiert sind,
umso passgenauer
die Entwicklung

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

PAINPOINT

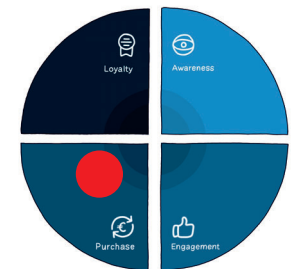
Fehlende Klarheit
über den Status der
Zielgruppe

**Was brauchen
Trainer*innen und
Auswählende für eine
gute Auftragsklärung?**

Wo stehen die
einzelnen
Teilnehmer?

Wie ist die Situation
im Unternehmen?

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

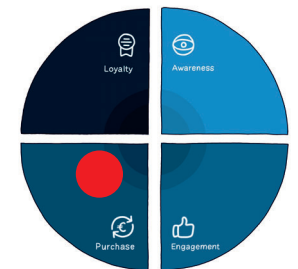
PAINPOINT

Den externen unbekannte, intern bekannte Blockaden

Was brauchen Trainer*innen und Auswählende für eine gute Auftragsklärung?

Offener Austausch über derartige Blockaden, ggf. direkte Führungskräfte einbeziehen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

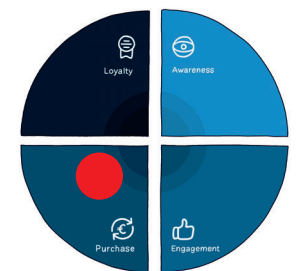
PAINPOINT

fehlende
Verknüpfung mit
internen
Angeboten (z.B.
interne Akademien)

**Was brauchen
Trainer*innen und
Auswählende für eine
gute Auftragsklärung?**

Wichtig auch für
externe
Partner/innen:
welche internen
Angebote
verzahnen sich?

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

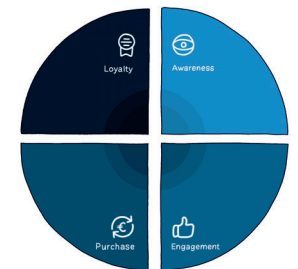
PAINPOINT

Fehlende Einbettung des Themas in den Gesamtkontext des Unternehmens und die strategische Ausrichtung

Was brauchen Trainer*innen und Auswählende für eine gute Auftragsklärung?

Gin & Schokolade

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

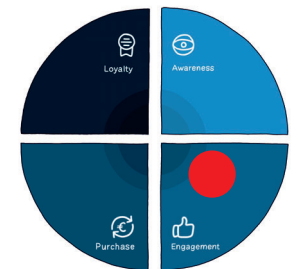
PAINPOINT

„Form follows function“: schickes Training ohne Nutzen

Welche Kriterien gibt es für gute Trainer*innen und Coaches?

Schön und gut, das ist die Lösung, also die Kerninhalte abstimmen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

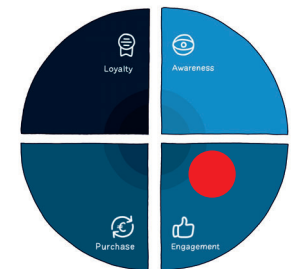
PAINPOINT

Lernergerechte Angebote: „wer lernt wie“ nicht ausreichend berücksichtigt

Welche Kriterien gibt es für gute Trainer*innen und Coaches?

Vielfalt statt Einfalt: in der Didaktik auf ausreichende Abwechslung achten, um alle zu erreichen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

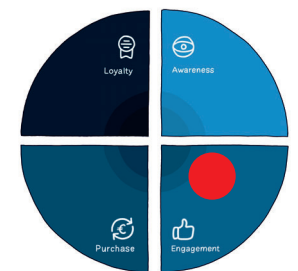
PAINPOINT

Painpoints des Unternehmens und der Teilnehmenden werden nicht berücksichtigt

Welche Kriterien gibt es für gute Trainer*innen und Coaches?

Offener Austausch über die aktuellen Engpassfelder des Unternehmens und der Teilnehmenden im Vorfeld

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

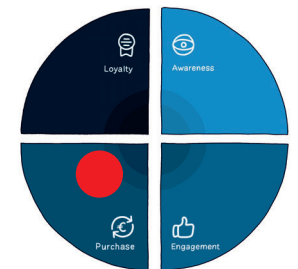
PAINPOINT

Corepoint:
Gewählte Formate:
Training, Coaching,
Sparring, Modera-
tion? z.B. Berück-
sichtigung Coacha-
bility

**Welche Kriterien gibt
es für gute Trainer*innen
und Coaches?**

Eine saubere Auf-
tragsklärung bein-
hältet stets auch
das zu wählende
Format

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

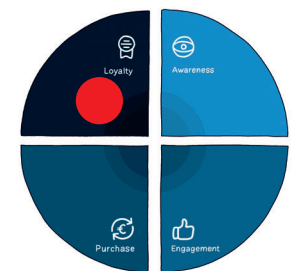
PAINPOINT

Fehlender Kontakt
in der Umsetzungs-
phase (Training)

**Welche Kriterien gibt
es für gute Trainer*innen
und Coaches?**

Wichtig ist - insbe-
son-dere in längeren
Prozessen - ein in-
tensiver Kontakt zu
den Entscheidern
und Führungskräften
, um Neuerungen/
Veränderungen
zu kennen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

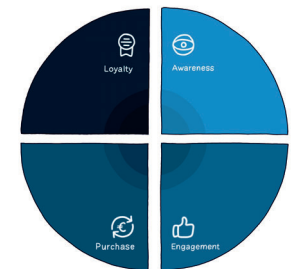
PAINPOINT

Strohfeuereffekt
füllt Trainerkassen
und macht niemand
zufrieden

**Welche Kriterien gibt
es für gute Trainer*innen
und Coaches?**

Umsetzungserforde
rnis und Tiefe im
Vorfeld abstimmen,
danach die
Frequenz und Tiefe
der Inhalte
festlegen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ

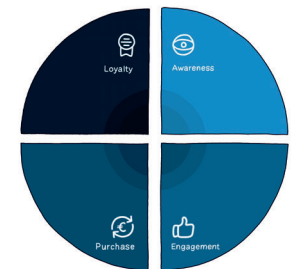
PAINPOINT

Fehlende Didaktik-
Experten: fehlender
Lernerfolg

**Welche Kriterien gibt
es für gute Trainer*innen
und Coaches?**

Trainer/innen und
Coaches mit
ausreichender
Expertise einkaufen

Customer Lifecycle



LÖSUNGSANSATZ