

Beste
Arbeitgeber™
Consulting

Deutschland
2018
2019
2020
2021
Great
Place
To
Work.



CINTELLIC Consulting Group

Unser Leitbild. Philosophie, Vision, Mission und Werte.

Warum gibt es diese Beschreibung?

1. Um unsere Kultur zu definieren, weil wir unseren Kunden und Kandidaten zeigen wollen, wie wir arbeiten.
2. Um unsere Kultur zu bewahren, damit unsere Kunden und Kandidaten dauerhaft verstehen, warum wir sind, wie wir sind.
3. Um unsere Kultur zu stärken, weil wir stetig mit Menschen arbeiten wollen, die diese teilen und leben.

BUSINESS.
DATA.
TECHNOLOGY.

CINTELLIC
CONSULTING GROUP

Philosophie von CINTELLIC

CINTELLIC ist eine Business Beratung. Das ist der Kernpfeiler unserer Philosophie.

Als Business Beratung sehen wir uns als Bindeglied zwischen der Strategie-Beratung und der IT-Beratung mit dem Ziel, bei jeder Beratungsleistung den Blick auf das Business des Kunden zu haben, dieses zu steigern und die wirklichen (!) Ziele zu erreichen.

Unsere Beratung konzentriert sich im Wesentlichen auf die Themen „Digitalisierung des Kundenmanagements“ und „CRM“. Dieses Gebiet umfasst – von der Strategie, über unterstützende Prozesse und Technologien bis hin zu Organisationsstrukturen – das gesamte Geschäft. Der Blick auf die Daten und die Analyse sowie das Verständnis darüber sind wesentliche Erfolgsfaktoren. Unser Ansatz steht daher für eine ganzheitliche Beratung, die wir unseren Kunden entlang der Wertkette rund um das digitale Kundenmanagement bieten.

Als Business Beratung haben wir den Anspruch, unseren Kunden im Ergebnis einen messbaren Mehr-WERT zu geben – sei es durch Umsatzerhöhung, durch Kostenreduktion und/oder durch Gewinnsteigerung.

Doch wie leben wir unsere Philosophie? Was sind die logischen Konsequenzen hierfür?

1. Business Beratung

Unser Anspruch in der Beratungsleistung und in der Zusammenarbeit mit unseren Klienten liegt darin, dass diese am Ende einen konkreten Mehrwert erzielen, den sie ohne unsere Beratung nicht erzielen würden: entweder mehr Business (Umsatzerhöhung und Gewinnsteigerung) oder die konkrete Lösung eines Business-Problems mit entsprechender Zielerreichung.

Durch diesen Anspruch unterscheiden wir uns klar von klassischen und stark spezialisierten Strategie- oder IT-Beratungen, da wir unsere Kunden in der Zielerreichung begleiten und sicherstellen, dass die Maßnahmen wirksam und messbar werden. Um in unseren visuellen Bergwelten zu sprechen: Wir führen unsere Klienten sicher zum Gipfel und begleiten ihn dort hin, anstatt ihm nur das Equipment oder eine Karte zur Verfügung zu stellen.

Denn: Strategie-Beratungen befassen sich eher mit theoretischen Ausführungen. Der Klient muss Themen gegebenenfalls selbst voranbringen, hat jedoch nicht unbedingt die Ressourcen (Zeit, Kompetenz, Mitarbeiter) für die Umsetzung und oftmals auch kein klares Bild über das konkrete Vorgehen. Am Ende ist die Wirkung gering und führt nicht zu mehr Business (Umsatzerhöhung oder Gewinnsteigerung).

IT-Beratungen werden zumeist für die System-Implementierung oder die Entwicklung von Systemen engagiert. Am Ende der IT-Beratungsleistung hat der Klient ein neues System im Unternehmen eingeführt, welches im Idealfall durch ihn selbst auch ausgesucht und fachlich spezifiziert wurde. Oft kommt hier das Business zu kurz, weil der Fokus auf der Technologie liegt und nicht die Auswirkungen und Rahmenbedingungen im Business des Klienten berücksichtigt. Change Management, Coachings, Trainings – letztendlich die Mitnahme der Menschen im Unternehmen wird vernachlässigt, da dies nicht der Schwerpunkt von IT-Beratungen ist. Dies ist jedoch für den Projekterfolg und den Mehrwert im Unternehmen unerlässlich. Nicht umsonst gelten 65% aller IT-Projekte (Einführung von Software) als gescheitert.

Warum das bei uns nicht der Fall ist? Weil wir nicht nur auf ein Puzzlestück fokussiert sind, sondern neben der Technik auch die Prozesse und insbesondere die Menschen mitnehmen, um das Projekt erfolgreich zu machen.

CINTELLICs Beratungsleistung und Anspruch als Business Beratung liegt daher in dem Folgenden:

Messbarkeit unserer Beratungsleistung durch wirksame Prozess-/Systemveränderungen in Form von Mehrumsatz oder Mehrgewinn!

Für unsere Klienten bedeutet dies:

- Unsere Klienten erhalten das definierte Ergebnis!
- Die Erfolge bleiben nachhaltig – auch über das definierte Projektende hinaus!
- Die Prozess-/Systemveränderungen durchdringen die gesamte Organisation!

Diese drei Punkte beschreiben die Wirksamkeit unserer Beratungsleistung.

Beispiel: Der Klient möchte einen Kündiger-Score haben.

Wir als gute Business Beratung verstehen unsere Aufgabe nicht darin, nur einen Kündiger-Score aufzubauen – alleine mit dem Score hat der Klient noch keinen Kündiger weniger. Erst durch die sinnvolle Nutzung und Integration des Scores in die CRM-Prozesse des Klienten führen zu einer Wirksamkeit – der Klient erzielt erst dann eine sinkende Kündigerrate und im Idealfall eine Gewinnsteigerung.

Wir starten immer erst mit der Frage: „Was muss passieren, damit das Projekt am Ende des Tages für Sie erfolgreich war?“ – das ist unser Anspruch als Business Beratung.

Wir hinterfragen die Themen und beraten unsere Klienten dahingehend, was tatsächlich das angestrebte Ergebnis ist und ob er durch seinen bisher geplanten Ansatz bzw. sein Vorgehen auch wirklich das Ziel erreichen kann und das Projekt wirksam wird oder ob er besser anders vorgehen sollte.

2. Business. Data. Technology.

CINTELLIC ist auf das Thema „Digitalisierung von Kundenmanagement und CRM“ spezialisiert, daher fokussieren wir uns als Business Beratung auch ganzheitlich auf dieses Thema.

Konkret bedeutet dies: Von der Strategie herkommend, über die Business Analyse von Organisationen, Prozessen und KPIs, über die Auswahl und Einführung von Technologien und Lösungen, über die Analyse und Nutzung von Kundendaten bis hin zur Datenhaltung wollen wir unsere Klienten beraten.

In der heutigen Zeit wird Business nur dann zukunftsfähig transformiert und gestaltet, wenn das Kundenmanagement digitalisiert wird. Als Business Beratung mit guten Berater*innen muss man daher sowohl die Business Komponenten, aber auch alle anderen zusammenhängenden Bereiche, Daten und Technologien verstanden haben und wie diese zusammen spielen.

**Daher vereint CINTELLIC
Business. Data. Technology.**

3. Kompetenz unserer Berater*innen

Europas führende Management-Schule in St. Gallen sieht als einen der Hauptfaktoren für gutes und erfolgreiches Management und Beratung die Kenntnisse und das Verständnis aller angrenzenden Themenbereiche – dies entspricht unserer Philosophie als Business Beratung und dem Zusammenspiel aus **Business, Data und Technology**.

Um unseren Klienten daher eine optimale Beratung zu geben, bilden wir – wie alle Top Beratungen – unsere Berater*innen ganzheitlich im Kundenmanagement aus, sodass sie eine generische Expertise haben und in verschiedenen Themen arbeiten können – hier orientieren wir uns am „T-Shape“-Modell.

Der horizontale Balken beim T bedeutet, dass sich die Berater*innen generell in allen Themen rund um das Kundenmanagement auskennen und praktische Erfahrung in den verschiedenen Bereichen und Themenfeldern haben. Hierdurch sind sie in der Lage, die Zusammenhänge der Prozesse in den Unternehmen unserer Klienten zu sehen und optimal zu beraten. Ein ganzheitliches Verständnis von *Business. Data. Technology.* ist ein MUSS (!), um ein*e gute*r Berater*in zu sein und dem Klienten die bestmögliche Beratung zu geben.

Der senkrechte Balken im T steht für die Spezialisierung in einem der Bereiche CRM/CEM, Data Science oder BI/DWH, indem sich die Berater*innen vertieft auskennen. So kann entsprechend der Projekt-/Themenanforderung die optimale Beratung unserer Klienten gewährleistet werden.

Wir sehen immer wieder, dass Berater*innen reine Spezialisten sind und kein Wissen in den angrenzenden (aber eigentlich zusammenhängenden) Themengebieten aufbauen wollen. Für uns entspricht dies nicht unserem Anspruch an eine Business Beratung und an *Business. Data. Technology*.

Wie können Berater*innen, die reine Spezialisten sind, eine

optimale Multi-Channel Strategie entwickeln, wenn diese nicht in der Lage sind, die Datenhaltung, die IT-Architektur und vorhandene Data Science Kompetenzen der Klienten zu verstehen und zu analysieren? Die Beratungsleistung geht dann meist am Klienten vorbei, wenn aus einem „Elfenbeinturm“ heraus eine Strategie erarbeitet wird.

Aus diesem Grund hat unser Top Management jahrelange Erfahrung in den unterschiedlichsten Themen und Projekten, um für das Top Management unserer Klienten ein allumfassender Ansprechpartner zu sein.

Um unsere Kompetenzen zu erweitern, setzen wir unsere Berater*innen daher auch in unterschiedlichen Projekten mit verschiedenen flankierenden Themenschwerpunkten ein, damit sie ganzheitlich ausgebildet und am Ende zu einem optimalen Berater für unsere Klienten auf Management Ebene werden.

4. Portfolio-Bereiche

Aus der Grundphilosophie der T-Shape Berater*innen und der Fokussierung darauf, dass unsere Berater*innen ein ganzheitliches Verständnis von digitalem Kundenmanagement und gleichzeitig einen Schwerpunkt haben wollen, arbeiten wir innerhalb von CINTELLIC mit Portfolio-Bereichen.

Wir führen bei CINTELLIC aktuell drei Portfolios mit den Themenschwerpunkten **CRM/CEM, Data Science** und **BI/DWH**. Diese Portfolios stehen allen Mitarbeiter*innen offen, um von dem Knowhow der Portfolio-Manager und -Mitglieder profitieren zu können.

Unsere Portfolios haben mehrere Kernaufgaben:

- Standardisierung von Beratungsthemen zur Verbesserung der Beratungsleistung und Qualitätssteigerung gegenüber unseren Klienten
- Vermarktung der Beratungsleistung und Weitergabe von Knowhow von CINTELLIC nach außen (Publikationen, Expertenvideos, Webinare, etc.)
- Operative Qualitätssicherung der Beratungsleistung in den Projekten
- Knowhow Sammlung für alle Berater*innen und Wissenstransfer zur optimalen Beratung unserer Klienten

Manchmal starten Berater*innen bei CINTELLIC in der Annahme, dass sie einem Portfolio zugeordnet werden und nur noch Projekte innerhalb dieses Themengebietes machen. Da dies nicht auf unseren Anspruch als Business Beratung und *Business. Data. Technology.* einzahlt, ist dies nicht der Fall.

Wir erwarten von unseren Berater*innen ein breites Spektrum an Know-how und damit auch ein breites Spektrum an praktischer Erfahrung in unterschiedlichen Projekten. Aus diesem Grund setzen wir unsere Berater*innen in der ganzen Bandbreite ein. Dies bietet nicht nur Mehrwert für unsere Klienten, sondern auch für die Berater*innen selbst: Sie können sich so fachlich breiter aufstellen und lernen, Gesamtzusammenhänge zu verstehen und Herausforderungen mit einem breiteren Lösungsspektrum anzugehen.

Das in den über 650 Kundenprojekten gesammelte, ganzheitliche Kundenmanagement und CRM Knowhow steht hierfür natürlich allen Berater*innen zur Verfügung. Es wird vermittelt, um eine optimale Beratung unserer Klienten zu gewährleisten.

Eine reine Spezialisierung, ohne ein sehr gutes übergreifendes Verständnis entlang *Business. Data. Technology.* zu haben, ist aus unserer Sicht auch außerhalb von CINTELLIC kontraproduktiv. In der Wirtschaft arbeiten Menschen mit Menschen und Menschen für Menschen. Sind die Mitarbeiter*innen nicht in der Lage, die anderen Bereiche zu verstehen, mit denen sie letztendlich zusammenarbeiten, dann kann die eigene Leistung niemals wirksam werden.

Um die Gesamtleistung eines Unternehmens zu verbessern, haben sich mittlerweile viele Firmen vor diesem Hintergrund eine regelmäßige Rotation der Führungskräfte und Mitarbeiter*innen zur Aufgabe gemacht. Durch diesen „Blick über den Tellerrand“ und über den eigenen Bereich hinaus, wird das Verständnis der Zusammenhänge und der voneinander abhängigen Arbeitsweisen klarer.

Aus dieser Philosophie heraus sind unsere Portfolios offen. Jeder kann sich an Knowhow bedienen – wie in einer Bibliothek, in die man hineingehen kann.

Neben dem offenen Zugang zu allen Portfolios können sich unsere Berater*innen auch zur aktiven Mitarbeit melden und unsere Themen weiterentwickeln. Unsere Berater*innen sind herzlich dazu eingeladen, hier mitzuwirken und zu gestalten – allerdings ist dies jedem freigestellt. Denn nur wer mit Lust und Leidenschaft an den Themen aus eigenem Antrieb arbeitet ist aus unserer Sicht produktiv und liefert Ergebnisse gemäß unserem Anspruch.

Worauf lässt man sich bei der Mitarbeit an der Portfolio-Entwicklung ein? Was sind die typischen Aufgaben, die auf die Weiterentwicklung der Themen bei CINTELLIC einzahlen?

- Wissensdokumentation: Standardisieren und Aktualisieren von Unterlagen in unserem zentralen Wissensmanagement (Bibliothekar*in)
- Trend Watch: Kontinuierlich Ausschau halten nach neuen und aktuellen Themen, die zu uns passen und relevant sind (Trend-Forscher*in)
- Coaching: Fachliche Betreuung und Sparring von Kolleg*innen (Coach & Sparringspartner*in)
- PreSales: Unterstützung bei PreSales-Aktivitäten, um neue Klienten für unsere Themen zu gewinnen (PreSaleser*in)

Vision von CINTELLIC

Da sich die Ansprüche unserer Klienten konsequent entwickeln, arbeiten wir intern bei CINTELLIC mit einem strategischen Prozess, um uns selbst auf die Kundenbedarfe konsequent anzupassen. Dieser interne Prozess ist der Jahreszielplan-Prozess.

Die Unternehmenszielplanung ist eines der wesentlichsten Instrumente in der ganzheitlichen Unternehmensführung. Hier blicken wir auf das abgelaufene Unternehmensjahr in Bezug auf unser Leitbild, unsere Werte, die qualitativen und quantitativen Ziele und leiten daraus die Ziele für das nächste Jahr mit allen Prioritäten, Zeitkorridoren und Verantwortlichen ab.

Unser Leitbild besteht aus unserer Philosophie, unserer Vision und unseren Werten. Das Leitbild trifft auf alle Situation unseres täglichen Tuns zu. Die Verpflichtung zur Einhaltung des Leitbilds ist von neuen Kolleg*innen am ersten Arbeitstag zu unterschreiben.

Da der Jahreszielplan-Prozess auf den Prinzipien guter Unternehmensführung und auf unserer Vision aufbaut, wie wir uns selbst sehen und entwickeln wollen, ist unsere Vision entlang der folgenden Fragestellungen formuliert:

Wer sind wir? (Das große Ziel)

Wir sind DIE Business-Beratung für das Gestalten von Kundenbeziehungen im deutschsprachigen Raum.

Was machen wir? (Core Purpose)

Hand in Hand entwickeln wir mit unseren Klienten herausragende Ergebnisse durch das Zusammenspiel von Business, Data und Technology. Wir sorgen dafür, dass aus Daten, Technologien und Organisation wirklicher Business-Mehrwert für unsere Klienten entsteht.

Wer sind unsere Kunden?

Unsere Klienten, genau so wie wir, stellen den Kunden auf Augenhöhe in den Mittelpunkt. Unsere Klienten schätzen Qualität und Leistung und honorieren diese auch. Wir streben gemeinsam nach langfristigen und begeisternden Kundenerlebnissen.

Was ist der Nutzen? (Product-Vision / Customer Centricity)

Wir entwickeln unsere Klienten durch die Verbindung von Erfahrung und Vernetzung stufenweise weiter. Durch unser „Rundum-Sorglos-Paket“ lösen wir serviceorientiert die Probleme und Herausforderungen unserer Klienten und sorgen dafür, dass sie ihre Ziele erreichen.

Was sagt man über die Mitarbeiter / das Team?

Verbunden durch ein gemeinsames Leitbild wirken wir als individuelle Persönlichkeiten im Team. Unsere Mitarbeiter, Klienten und Partner sind begeistert von unserem vertrauensvollen, ergebnis- und leistungsorientierten Miteinander und starkem Zusammenhalt.

Werte von CINTELLIC

Unsere Werte sind uns bei CINTELLIC besonders wichtig. Unser Anspruch ist es, unseren Kunden einen spür- und messbaren MehrWERT zu geben. Unsere Werte ergeben sich somit aus unserer Vision und unserem Anspruch an eine Business Beratung.

Unsere CINTELLIC Werte stellen wir auf den nachfolgenden Seiten im Detail vor:

- I. **Inspirierende und motivierende Ergebnis- & Leistungsorientierung**
- II. **Kundenorientierung**
- III. **Vertrauen**
- IV. **Teamgeist**
- V. **Gestaltungswille**
- VI. **Wertschätzung**
- VII. **Leidenschaft**

Für unsere Bewerber:

Wenn Du unsere Werte teilst und diese für Dich genau so wichtig sind wie für uns, dann solltest Du Dich bei uns bewerben und bei uns arbeiten. In dem Fall versprechen wir Dir, dass Du ein mega Team vorfindest, in dem Du und wir eine Menge Spaß haben und Du und wir tolle Leistungen und Ergebnisse erbringen werden.

Wenn Du die Werte nicht teilst und Dir andere Dinge wichtig sind, dann werden vermutlich beide Seiten (Du und wir) keinen Spaß haben. Daher bitten wir Dich, von einer Bewerbung abzusehen.

I. **Inspirierende und motivierende Ergebnis- & Leistungsorientierung**

Als Business Beratung ist das Thema Ergebnis und Leistungsorientierung unsere Kern-DNA. Hierfür treten wir beim Kunden an - er bekommt klare Ergebnisse und das in einer top Zeit (und damit eine hohe Leistung).

Ergebnis- & Leistungsorientierung leben wir, indem wir die Ziele unserer Klienten kennen und verstehen, fokussiert an der Lösung arbeiten und unter optimalem Ressourceneinsatz die richtigen Ergebnisse erzeugen. Wir fokussieren und engagieren uns konsequent auf das messbare (!) Erreichen der Ziele unserer Klienten.

Ergebnisorientierung beim Klienten:

Uns zeichnet aus, dass wir eine Business Beratung sind. Das bedeutet, dass unsere Klienten am Ende des Projekts ein Ziel haben, was sie erreichen wollen. Mehr Umsatz, weniger Kosten, mehr Gewinn; vielleicht aber auch zufriedenere Endkunden oder größere Bekanntheit des Beauftragenden beim Management.

Der Klient will nicht nur "einen Kundenwert einführen", "ein CRM-Tool auswählen" oder "ein Kampagnenmanagement einführen". Er sagt dies zwar, unsere Aufgabe ist es allerdings, den Business Zweck zu ermitteln und dafür Sorge zu tragen, dass er mit dem Projekt auch seinen Business Zweck erfüllt. Wenn wir dem Klienten „nur“ ein CRM-System hinstellen, er danach allerdings keinen Mehr-Umsatz erhält, dann haben wir unser Projektziel und unseren Auftrag als Business Beratung verfehlt. Es ist die Aufgabe jedes*r Beraters*in, das Projektziel zu kennen ("Was muss passieren, damit das Projekt ein voller Erfolg wird?") und darauf hin zu arbeiten.

Für jeden ist es frustrierend zu hören, was alles nicht geht oder warum die Dinge schwierig sind. So auch für unseren Klienten. Aus dem Grund holt er sich auch Unterstützung von CINTELLIC! Wenn die Dinge einfach zu erreichen wären, könnte er sie auch selbst erledigen. Es ist daher unsere Aufgabe nach Lösungen zu suchen, das Know How von CINTELLIC zu nutzen und proaktiv Vorschläge zu machen („Was schlagen Sie vor? Wie machen das andere Unternehmen? Was ist vielleicht Best Practice?“). Wir schauen aktiv nach möglichen Hindernissen, um diese zu überwinden, damit wir am Ende das Ergebnis des Klienten erzielen oder übererfüllen.

Ergebnisorientierung intern bei CINTELLIC:

Es geht in der Welt nur um Ergebnisse. Wir werden vom Klienten für Ergebnisse bezahlt und wir bezahlen und bewerten bei CINTELLIC auch nur Ergebnisse.

Leider wird Arbeit allzu häufig mit Aktionismus verwechselt. Etwa wie: „Ich tue was, also arbeite ich.“ Wir und auch unsere Kunden bezahlen aber nicht für Aktionismus! Unsere Kunden bezahlen uns für Ergebnisse.

Am Ende des Monats wollen Mitarbeiter*innen Geld auf dem Konto haben. Was würdet ihr denken, wenn wir sagen würden: "Naja. Wir haben uns sehr bemüht. Viele Stunden das exakte Gehalt ausgerechnet und auch schon mit der Bank gesprochen, dass wir die Überweisung angehen werden. Aber auf eine coolere Art: Das Gehalt soll nun in CINTELLIC Farben auf eurem Kontoauszug ankommen. Daher dauert es noch etwas, da die Umsetzung so schwierig ist."

Das wäre euch egal und ihr wäret sauer! Denn ihr wollt das Gehalt am Monatsende auf dem Konto haben.

Spannenderweise arbeiten einige Menschen allerdings anders: Nicht auf das Ergebnis fokussiert, sondern auf Aktionismus. Sei es, dass beim Klienten die Datenanalysten einen Score auf 3 Nachkommastellen optimieren, den Vertrieb allerdings nicht mit einbeziehen und so der Score nicht verwendet wird. Letztendlich resultiert dies in keinem messbaren Ergebnis für den Kunden. Oder der Vertriebler hat so viel zu tun, dass er ständig in Terminen ist, aber kein Projekt gewinnt, weil ja so viel zu tun ist.

Wir werden für Ergebnisse bezahlt. Immer und überall! Und wir müssen und wollen uns auf Ergebnisse fokussieren und diese wertschätzen – nicht den Aktionismus, der nichts bringt.

Leistungsorientierung

Leistung = Ergebnis_was_ich_erreichen_will / Zeit

Das heißt, je länger ich für ein Ergebnis brauche, desto weniger leiste ich. Das klingt für viele Menschen erst einmal widersprüchlich, da die meisten die verbrauchte Arbeitszeit per se als Leistung halten. Diese Menschen denken: Je mehr ich arbeite, desto mehr leiste ich auch. Das wäre richtig, wenn die Leistung die gleiche wäre bzw. bei mehr Zeit auch mehr Ergebnis herauskommt. Daher gilt: Verbrauchte_Arbeitszeit \neq Leistung.

Beispiel:

Wenn ich eine Veröffentlichung über 3 Seiten in 16 Stunden schreibe, dann ist die Leistung $\frac{1}{4}$ von der, als wenn ich die gleiche Veröffentlichung in 4 Stunden schreiben würde. Ich erziele das gleiche Ergebnis, aber in $\frac{1}{4}$ der Zeit. Diese Formel und Beschreibung muss man verstehen, um zu realisieren, was Leistung eigentlich bedeutet. Es ist Ergebnis / Zeit!

Wenn ich in der gleichen Qualität und Geschwindigkeit schreibe, dann erzeuge ich in 8h natürlich mehr Ergebnis in Form von Artikeln als in 4h. Klingt logisch, oder? Deswegen wollen viele Unternehmen auch, dass nach Pareto gearbeitet wird. Das heißt: 20% der Zeit für 80% Ergebnis. Dann ist Ergebnis durch Zeit = 4.

Die meisten arbeiten allerdings supergenau und erreichen damit 100% Ergebnis in 100% der Zeit - also Leistung = 1.

Zusammengefasst: mit Pareto bin ich viel leistungsfähiger! Daher wollen auch unsere Klienten dieses Prinzip – mehr Leistung!

Umsetzung

- ✓ Wir arbeiten lösungsorientiert und erzeugen die richtigen Ergebnisse in angemessener Zeit.
- ✓ Wir er- und hinterfragen beim Klienten, was er wirklich will und was seine Ziele sind und haben dabei auch das gesamte Unternehmen im Blick.
- ✓ Wir produzieren Output (Ergebnisse) und sprechen nicht über den Input (Aktionismus).
- ✓ Wir erreichen bzw. übererfüllen unsere gesetzten Ziele.

Bedeutung für mich

Ich reflektiere in meinem täglichen Tun immer wieder, ob ich auf Ergebnisse hinarbeite oder ob ich zu Inputorientiert unterwegs bin und zu keinem Abschluss komme.

Bedeutung für den/die Manager*in

Ich als Manager*in mache immer wieder meiner Umgebung klar, dass die Ergebnisse wichtig sind und auf die gesetzten Ziele einzahlen müssen – intern wie auch extern.

Das heißt auch, dass ich sinnvoll Aufgaben kommuniziere und delegiere, in dem ich einen Zeitrahmen setze, innerhalb dessen ein Ergebnis erzielt werden soll.

Bedeutung für den/die Berater*in / Mitarbeiter*in

Ich als Berater*in / Mitarbeiter*in erreiche die gesetzten Ziele, die in meiner Verantwortung liegen – dies bedeutet die Lieferung von internen wie auch externen Ergebnissen.

Zudem trage ich auch aktiv durch zielorientierte Maßnahmen an der Erreichung der Team- und Unternehmensziele bei, um auch bei Erfolg auf meinen Beitrag stolz zu sein und mit den anderen gemeinsam feiern zu können.

Bedeutung für den Klienten

Der Klient sieht, dass wir an der Erreichung seiner gesetzten (Projekt-)Ziele arbeiten, indem wir die wichtigen Ergebnisse in der Zeit und Qualität liefern, die der Klient von uns erwartet – im Idealfall sogar noch übererfüllen und mehr Ergebnisse liefern, als er erwartet.

Durch die regelmäßige Kommunikation des Zielerreichungsgrades der Ergebnisse, weiß unser Klient jederzeit, wo wir stehen.

II. Kundenorientierung

Kundenorientierung leben wir, indem wir regelmäßig und systematisch die internen und externen Kundenwünsche, -bedürfnisse und -erwartungen erfassen und analysieren. Hohe Kundenorientierung ist Pflicht bei CINETELLIC. Leider gehen viele Menschen davon aus, dass Kundenorientierung bedeutet, dass man 40h fachlich für den Klienten arbeitet. Das ist uns bei CINETELLIC zu kurz gedacht – wir gehen hier mindestens einen Schritt weiter!

Kundenorientierung heißt

- Wir kennen das wirkliche Ziel des Klienten (“Was muss passieren, damit das Projekt ein voller Erfolg ist?”), wir arbeiten hart und engagiert für dieses Ziel und erreichen es für den Klienten.
- Wir überlegen uns, welche Wahrnehmungsziele wir haben (“Was soll der Klient von uns denken?”, “Wie spürt er das?”, “Wie frage ich das ab?”) und arbeiten hart auf diese Wahrnehmungsziele hin und erreichen diese.

- Wir analysieren regelmäßig (idealerweise wöchentlich) die Projektsituation beim Klienten:
 - Gibt es Risiken in meinem Projekt, die ich proaktiv für den Klienten lösen kann, löse diese und informiere meine*n Account Manager*in und den Klienten über das Risiko bzw. direkt über die Lösung der Risiken?
 - Gibt es Risiken in anderen Projekten/Bereichen, die Auswirkung auf den Erfolg meines Projekts haben, und informiere den Klienten und meine*n Account Manager*in hierüber?
 - Gibt es Risiken/Probleme in anderen Projekten/Bereichen, in denen CINTELLIC mit Kompetenz unterstützen kann, und informiere den Klienten und meine*n Account Manager*in hierüber?
- Welche Veranstaltungen, Veröffentlichungen oder Inhalte / Informationen, die bei CINTELLIC vorliegen, können meinem Klienten weiterhelfen. Biete ich diese konsequent den Klienten an?

Wirkliche Kundenorientierung endet nicht bei der Eigenleistung. Sie geht weit über das eigene Thema hinaus, in die Frage, wie der Klient mich und CINTELLIC wahrnimmt und ob wir für ihn ‚Trusted Advisor‘ und Partner werden können. Und dazu kannst nur Du den größten Teil beitragen!

Umsetzung

- ✓ Wir wissen, was der Klient will und erwartet.
- ✓ Wir identifizieren Potenziale und Risiken, die der Klient noch nicht kennt.
- ✓ Wir generieren einen Mehrwert für unsere Klienten.
- ✓ Wir arbeiten mit unseren Klienten Hand in Hand.
- ✓ Wir bauen unsere Beziehung zum Klienten aus und bringen unsere Gesamtkompetenz zum Klienten.

Bedeutung für mich

Ich arbeite für und mit dem Klienten, übernehme die Verantwortung für mein Tun und motiviere mich jeden Tag selbst, um einen Mehrwert für den Klienten zu generieren.

Bedeutung für den/die Manager*in

Ich als Manager*in befasse mich regelmäßig und systematisch mit den internen und externen Klienten, betreibe aktiv Erwartungsmanagement und kommuniziere mein Vorgehen und die Bewertungskriterien auch an mein Umfeld.

Ich spreche den Klienten aktiv an und baue die Beziehung konsequent aus, in dem ich Bedarfe erkenne und diese gewinne. In meiner Rolle als Manager*in enable ich zudem mein Umfeld, ebenfalls kundenorientiert zu arbeiten, fordere dies ein und sichere die Umsetzung.

Bedeutung für den/die Berater*in / Mitarbeiter*in

Ich als Berater*in / Mitarbeiter*in befasse mich regelmäßig und systematisch mit den internen und externen Klienten, indem ich dem Klienten aktiv zuhöre und mich mit meinem Umfeld hierzu austausche und Magic Moments ableite. Ich erfasse zudem Klientenbedarfe und melde diese oder gewinne sie. Ich lebe die CINTELLIC Werte egal wo ich gerade unterwegs bin.

Bedeutung für den Klienten

Der Klient sieht unser Engagement auf allen Ebenen und honoriert diese durch Weiter- und Folgebeauftragungen.

Der Klient gibt uns ein sehr gutes Feedback zu unserer Arbeitsleistung, unserem vertrauensvollen Umgang und unser Projektvorgehen.

Der Klient nimmt unsere Werte wahr, weil wir diese leben.

III. Vertrauen

Vertrauen bedeutet für uns: Wir arbeiten vertrauensvoll zusammen, indem wir uns stets mit Respekt, Offenheit und Wertschätzung begegnen, ehrliches Feedback geben und wissen, dass dieses konstruktiv verläuft.

Vertrauen ist das höchste Gut in der Wirtschaft. Wenn uns Klienten nicht vertrauen, dann geben sie uns keine Aufträge. Wenn wir Dir nicht vertrauen, dann bringen wir Dich nicht auf ein Projekt. Und wenn Du Kollegen nicht vertraust, wirst Du Dich immer unwohl fühlen, was diese wohl ‚im Schilde‘ führen. Vertrauen ist essenziell für uns Menschen, weil Vertrauen uns entspannt und dafür sorgt, dass wir all unsere Aufmerksamkeit der Erreichung von Zielen und Ergebnissen widmen können. Und Vertrauen gibt uns Sicherheit.

Wir Menschen haben allerdings zwei dumme Eigenschaften:

1. Wir sind von Grund auf misstrauisch. Das ist sinnvoll, weil wir so besser überleben. Allerdings sorgt dies dafür, dass wir grundsätzlich Vertrauen in den anderen abbauen und Vertrauen in den anderen immer wieder verloren geht. Wir gehen eher davon aus, dass man anderen nicht vertrauen kann, als dass man ihm vertrauen kann, egal wie gut wir jemanden kennen.
2. Wir tun oft Dinge, die Vertrauen zerstören, ohne es zu merken. Bzw. wir investieren nicht genug Zeit in gelungene Kommunikation. Denn gelungene Kommunikation ist der Haupttreiber von Vertrauen.

Das wollen wir bei CINTELLIC anders halten.

Grundregel zu 1 lautet: **„Wir vertrauen uns.“**

Das heißt konkret: Wir gehen erst einmal davon aus, dass der andere im positiven Interesse handelt.

Einfaches Beispiel: Der/Die Manager*in hat versprochen, Euch eine Rückmeldung in 5 Tagen zu geben. An Tag 6 ist aber noch keine Rückmeldung da. Dann heißt: „Wir vertrauen uns“, dass wir den/die Manager*in erinnern und positiv davon ausgehen,

dass gerade nur ‚Land unter‘ ist und deswegen eine Verzögerung eingetreten ist. Nicht zu vertrauen würde bedeuten, dass wir uns an Tag 6 aufregen, dass der/die Manager*in sein Wort bestimmt nicht halten will und uns betrügen möchte.

Das gilt auch, wenn es z.B. neue Prozesse gibt, die uns am Anfang unsinnig erscheinen. Anstatt „Was haben die da jetzt schon wieder für einen Unsinn gemacht?“ sprechen wir die Geschäftsführung oder das Management an und lassen uns den Sinn dahinter erklären.

Andersherum gehen wir als Manager*innen auch davon aus, dass Ihr die Dinge positiv und sinnvoll macht. Wenn Ihr Euch also nach 5 Tagen nicht meldet, dann gehen wir auch davon aus, dass Ihr gerade ‚Land unter‘ seid und nicht „einfach schon wieder wichtiges vergessen habt oder faul oder doof seid“.

Grundregel zu 2 lautet: Wir reden viel miteinander und suchen aktiv das direkte Gespräch.

Das heißt konkret: Wenn Ihr irgendwie etwas doof findet, sauer seid, komische Geschichten hört oder denkt, dann geht ihr direkt auf die entsprechende Person zu. Wir reden nicht mit jemandem anderen darüber, sondern klären das selbst. Es ist extrem wichtig, dass wir miteinander reden. Reden hilft, die ganzen Verwirrungen aus der Welt zu schaffen. Deswegen kann man auch nicht genug miteinander reden. Wer nicht miteinander redet, der baut Vertrauen ab und Vorurteile auf, die zu noch mehr Problemen führen können.

Zudem ist ein vertrauensvoller Umgang wichtig für ein tolles Klima, in denen man Spaß hat und positiv arbeiten kann.

Umsetzung

- ✓ Wir begegnen unserem Umfeld offen und mit einer positiven Energie.
- ✓ Wir treten verbindlich auf und halten uns an unsere Aussagen und Absprachen.
- ✓ Wir gehen vertraulich mit den uns gegebenen Informationen um.
- ✓ Wir leben eine Feedbackkultur.
- ✓ Wir leben unsere Verantwortlichkeiten & können uns im Umkehrschluss auf unser Umfeld verlassen.

Bedeutung für mich

Ich bin offen für Feedback und vertraue darauf, dass mein Umfeld mir dieses konstruktiv gibt und mit mir gemeinsam arbeiten will.

Ich gehe vertrauensvoll mit Informationen um und reflektiere, wem ich was wann erzähle.

Ich gehe mit positiver Energie voraus und vertraue darauf, dass ich durch mein Handeln die richtigen Ergebnisse erziele.

Bedeutung für den/die Manager*in

Ich als Manager*in schaffe eine Atmosphäre des Vertrauens und stelle Rahmenbedingungen klar, in dem mein Umfeld mir offenes Feedback zu diversen Themen geben kann.

Ich baue Vertrauen auf, indem ich über regelmäßige Gespräche mein Umfeld und die individuellen Themen verstehen lerne, um langfristig eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zu gewährleisten.

Ich stelle sicher, dass mein Umfeld offen mit mir über Fehler spricht, um Maßnahmen abzuleiten und die Learnings zu erkennen.

Bedeutung für den/die Berater*in / Mitarbeiter*in

Ich als Berater*in / Mitarbeiter*in trete offen und vertrauensvoll neuen Berater*innen / Mitarbeiter*innen gegenüber auf. Ich höre mir die Meinungen anderer an und gebe konstruktives Feedback.

Ich vertraue darauf, dass meine Fehler offen aufgenommen werden und ich diese über konstruktive Maßnahmen auch für die Zukunft auflösen kann.

Bedeutung für den Klienten

Der Klient nimmt uns als einen vertrauensvollen Partner wahr und sieht uns als Sparringspartner, mit dem er auch über heikle Themen sprechen kann.

IV. Teamgeist

Teamgeist heißt, dass wir vertrauensvoll an einem Strang ziehen und gemeinsam unsere Ziele erreichen, indem wir uns gegenseitig inspirieren und unterstützen und den Beitrag/das Ergebnis jedes Einzelnen wertschätzen.

Teamgeist ist ein wichtiger Wert bei CINETELLIC. Wir wollen, dass wir uns konsequent gegenseitig unterstützen und uns helfen. Wir wollen eine Gemeinschaft sein, in der jeder auf den/die andere zählen kann, wo wir einander vertrauen können und wo wir uns aufeinander verlassen können.

Daher haben wir bei CINETELLIC auch nur kooperative Modi und keine kompetitiven Modi. So gewinnen bei BYOT (*Build-your-own-Team, ein Mitarbeitergewinnungs-Programm*) alle in einem Team, die eine Punktzahl überschreiten. Und wenn ich einem anderen Team helfe, hier voran zu kommen, dann helfe ich dem Team „Gemeinschaft“.

Der kompetitive Modus würde bedeuten, dass es die Plätze 1, 2 und 3 gäbe, die unterschiedliche Preisgelder erhalten. Dann würde ich mich auf mein eigenes Weiterkommen konzentrieren, aber auch das Behindern der anderen Teams wäre mein Vorteil. Und in einer solchen Gesellschaft wollen wir nicht arbeiten und leben.

Wir wollen, dass es sich lohnt, anderen zu helfen, füreinander da zu sein und einander zu vertrauen. Denn dann können wir uns auf unsere Aufgabe konzentrieren, ohne Angst haben zu müssen, dass es Wettbewerb in der Firma gibt, wodurch mich vielleicht jemand hintergeht.

Umsetzung

- ✓ Wir arbeiten motiviert, kooperativ und kommunikativ an unseren Zielen.
- ✓ Wir teilen unser Wissen und unsere Erfahrungen miteinander.
- ✓ Wir finden gemeinsame Lösungen, sprechen in einer Stimme und treten gemeinsam als ein Team auf.
- ✓ Wir inspirieren uns gegenseitig und richten unseren Blick auf die Chancen.
- ✓ Wir sind kritikfähig.

Bedeutung für mich

Ich arbeite gerne gemeinsam mit meinem Umfeld an der Zielerreichung und schätze die Ressourcen der anderen.

Bedeutung für den/die Manager*in

Ich als Manager*in und Teil des Teams suche die motivierende Kommunikation zu meinem Umfeld und fördere den Teamgeist.

Ich ermögliche meinem Umfeld, als Team zusammen zu wachsen, setze klare Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit und Sorge dafür, dass eine wertschätzende Kommunikation stattfindet.

Bedeutung für den/die Berater*in / Mitarbeiter*in

Ich als Berater*in / Mitarbeiter*in trage einen wertvollen Teil dazu bei, mit meinem Umfeld als Team zu agieren, um die Ziele zu erreichen.

Ich unterstütze dabei auch mein Umfeld, denn ich weiß, dass ich als Teil eines Ganzen mehr erreiche als allein.

Bedeutung für den Klienten

Der Klient sieht unsere kooperative Vorgehensweise und merkt, dass wir jeden – auch andere Beratung – einbinden, um seine Ziele zu erreichen.

Der Klient schätzt uns daher als einen wertvollen Partner, den er gerne in seine Projekte einbindet.

V. Gestaltungswille

Gestaltungswille bedeutet, dass ich aus eigenem Antrieb proaktiv an der Erreichung definierter Ziele teilhabe, alle Widerstände überwinde, in dem ich konstruktiv an einer Lösung arbeite und Verantwortung übernehme, konsequente Selbstführung lebe und mir dabei immer das Gesamtziel vor Augen halte.

Warum ist Gestaltungswille so wichtig? Organisationen, Menschen und Situationen verändern sich konstant. Es geht gar nicht anders. Damit entstehen allerdings auch ständig Probleme / Herausforderungen. Letztendlich läuft beinahe nichts von selbst. Das ist eine der Grundregeln. Nichts geht von selbst. Es wird immer zu Situationen und Prozessen kommen, die nicht funktionieren.

Jetzt gibt es drei Arten von Menschen:

1. Menschen, die bei einem Problem stehen bleiben und nichts mehr tun. Sie sehen sich als handlungsunfähig, weil da ein Problem ist, mit dem sie nicht gerechnet haben.

2. Menschen, die sich über das Problem beschweren und damit letztendlich auch nichts tun. Sie beschweren sich aber, dass das Problem existiert und finden jemanden, der daran schuld ist. Sie schieben die Verantwortung für ihren Stillstand jemanden anders zu.
3. Menschen, die das Ergebnis erreichen wollen und sich überlegen, wie man die Situation gestalten und das Problem lösen kann. Das sind Menschen, die die Verantwortung nicht abgeben, sondern aktiv Probleme lösen, auch wenn sie für die Situation nichts können.

Jetzt ratet doch mal, mit welchen Personen unsere Kunden und wir am liebsten zusammenarbeiten? Richtig; mit Person Nr. 3. Denn Probleme des Klienten sollten immer auch unsere Probleme sein, die wir aktiv angehen und wo wir Lösungen gestalten. Auch Probleme bei CINTELLIC sollten immer Probleme aller Mitarbeiter*innen sein, die jeder einzelne aktiv angeht und Lösungen findet. Dann macht die Zusammenarbeit auch Spaß! Dann steht man füreinander ein! Dann gestaltet man, anstatt zu jammern und sich als Opfer der Umstände zu fühlen und seine fehlende Zielerreichung auf andere zu schieben.

Umsetzung

- ✓ Wir sind proaktiv und handeln, anstatt nur zu reden.
- ✓ Wir übernehmen die Verantwortung für die Ideen und Maßnahmen, die wir vorschlagen.
- ✓ Wir haben immer das Gesamtziel vor Augen, sodass wir an den richtigen Stellen mitgestalten.
- ✓ Wir managen uns selbst und tracken eigenständig unsere Ergebnisse.

Bedeutung für mich

Ich bin motiviert an der Weiter-/ Entwicklung von unseren Klienten und CINTELLIC zu arbeiten und komme aktiv ins Handeln. Dabei übernehme ich die Verantwortung für mein Tun und meine Ergebnisse und tracke den Erfolg, inwiefern dieser auf das Gesamtziel einzahlt.

Bedeutung für den/die Manager*in

Ich als Manager*in arbeite vorbildlich an der Gestaltung unserer Klienten und CINTELLIC mit und übernehme die Verantwortung für mein Tun. Dabei handle ich immer mit Blick auf das Gesamtziel, manage mich selbst, motiviere und enable mein Umfeld dazu, ebenfalls proaktiv an Ergebnissen zu arbeiten und sinnvoll die Ressourcen zu nutzen.

Bedeutung für den/die Berater*in / Mitarbeiter*in

Ich als Berater*in / Mitarbeiter*in habe Lust daran, meinen Klienten und CINTELLIC weiter zu entwickeln und arbeite proaktiv, motiviert und engagiert an der Erreichung der Zielsetzung. Dabei überlege ich mir immer wieder, mit welchen einfachen und effizienten Maßnahmen ich selbst dazu beitrage, bestehende Probleme zu lösen, Potenziale und die Stimmung im Team zu steigern.

Bedeutung für den Klienten

Der Klient ist begeistert von unserem proaktiven Handeln und unserem Blick über den Tellerrand.

Der Klient will uns daher verstärkt in weitere Themen einbinden und beauftragt uns für weitere Projekte in anderen Bereichen.

VI. Wertschätzung

Wertschätzung heißt für uns: Unsere innere Haltung unserem Umfeld gegenüber ist positiv und wir respektieren und achten unser Gegenüber als Person und in dem, was er oder sie tut. Wertschätzung wird leider häufiger missbraucht und in einen falschen Kontext verwendet.

Wir erleben dies ab und zu intern, wenn wir Feedback geben, dass ein Arbeitsergebnis falsch ist (also sachlich falsch). Hier bekommen wir dann zum Teil die Aussage "Das war jetzt aber nicht wertschätzend meiner Leistung gegenüber" zu hören. Feedback zu einem sachlich falschen Ergebnis = keine Wertschätzung?

Unsere Definition von Wertschätzung

Vorweg und am wichtigsten: Wir wertschätzen Ergebnisse!

Wenn ein Vertriebler 0 Euro Umsatz in einem Jahr macht, dann ist das eine schlechte Leistung. Seine Beschwerde „Das ist nicht wertschätzend, ich arbeite viel!“ ist falsch. Es ist kein Ergebnis vorhanden und damit auch keine Leistung, die wir wertschätzen könnten.

Menschen werfen gerne Wertschätzung zu sich und Wertschätzung zu ihrer Leistung durcheinander und fühlen sich super schnell angegriffen, wenn fehlende oder falsche Ergebnisse kritisiert werden. Oft wird dann angeführt „Aber ich habe mir doch den Hintern aufgerissen!“.

Daher ist es wichtig zu verstehen: Ergebnisse sind das, wofür uns der Klient bezahlt. Ergebnisse sind das, wofür wir Euch bezahlen. Wenn Ihr in eine Pizzeria geht, eine Pizza bestellt und Euch der Kellner einen kalten Pizzateig mit verdorbenem Belag bringt, dann kriegt er von Euch eine freundliche, aber klare Ansage, dass das nicht akzeptabel ist und Ihr das nicht bezahlt. Was würdet Ihr sagen, wenn der Ober dann sagt "Das ist nicht wertschätzend. Ich habe mir sehr viel Mühe mit der Pizza gegeben"? Genau: pure Sprachlosigkeit über diese Aussage!

Im Job „tauschen“ wir Geld gegen Ergebnisse - nicht Geld gegen Zeit, auch wenn wir stundenweise bzw. für 40 Stunden bezahlt werden. Das verwechseln die meisten Menschen ebenfalls. Wir haben ein Ziel, was wir erreichen sollen.

Natürlich schätzen wir Euch als Person wert – das spürt Ihr hoffentlich über unsere Mitarbeitergespräche, unsere Events, unsere anonyme Great Place to Work Befragung und all die anderen Dinge, die wir tun.

Aber letztendlich „tauschen“ wir Geld (seitens CINTELLIC) gegen Ergebnisse / Leistungen von Euch. Und wir schauen uns an, ob die Ergebnisse und die Leistungen stimmen. Unser Feedback geht also auf Eure Leistung und die erzielten Ergebnisse. Das vorweg, damit das Wort Wertschätzung nicht falsch verwendet wird.

Bei CINTELLIC haben wir drei wesentlich Themenfelder rund um Wertschätzung:

1. Wir wertschätzen Ergebnisse und kontrollieren diese bzw. geben Feedback. Wir trennen hier die Sache von den Menschen.

2. Wir wertschätzen euch als Menschen – unabhängig von Eurer Leistung. Das heißt: Wir sind generell freundlich, offen, kommunikativ und gehen respektvoll miteinander um.
3. Wir erwarten von Euch auch im Gegenzug Wertschätzung uns und CINTELLIC gegenüber. Und auch gegenüber unseren Partnern und Kunden. Das heißt: Kein Lästern, kein schlecht reden, kein schlecht machen. Wir machen dies nicht mit Euch und lassen dies gegenüber Euch auch nicht zu, sondern sprechen Dinge offen und direkt an.

Umsetzung

- ✓ Wir begegnen unserem Umfeld auf Augenhöhe.
- ✓ Wir sind dankbar für das Geleistete durch unser Umfeld wie auch durch uns und honorieren die Leistung.
- ✓ Wir scheuen uns nicht davor, die Kolleg*innen um Rat zu fragen und deren Erfahrungsschatz anzuerkennen.
- ✓ Wir kommunizieren unsere Wertschätzung durch konkrete Worte und Gesten an die individuelle Person.
- ✓ Wir transportieren unsere Wertschätzung über kleine Überraschungen, interessiertes Zuhören und Lächeln.

Bedeutung für mich

Ich gehe stets umsichtig mit den Ressourcen der anderen um, in dem ich verbindlich bin, mich an Absprachen halte, ausreichend kommuniziere, Kritik immer konstruktiv formuliere und auch Dankbarkeit und Lob ausspreche.

Ich rede nicht über andere, sondern mit anderen und baue über diese Wertschätzung auch Vertrauen auf.

Bedeutung für den/die Manager*in

Ich als Manager*in sehe die Leistung und Entwicklungsschritte meines Umfelds und honoriere diese durch Worte und Taten.

Ich Sorge für Plattformen, indem die wertschaffende Leistung des Individuums im Unternehmen gesehen wird und trage dazu bei, dass nicht nur die Arbeitskraft, sondern auch der Mensch gesehen wird. Ich motiviere mein Umfeld dazu, allen wertschätzend gegenüber aufzutreten.

Bedeutung für den/die Berater*in / Mitarbeiter*in

Ich als Berater*in / Mitarbeiter*in sehe die Leistung meines Umfeldes, sowohl intern wie auch extern, und honoriere diese durch Worte und Taten. Ich trete verbindlich auf und stelle sicher, dass ich die Ressourcen meines Umfelds sinnhaft nutze.

Mir ist bewusst, dass meine Wertschätzung meinem Gegenüber auch zu einer Wertschätzung mir gegenüber führt.

Bedeutung für den Klienten

Der Klient erkennt, dass er uns wichtig ist, wir seine Probleme und Ziele ernst nehmen und wir ihm gegenüber wertschätzend auftreten.

Er sieht, dass wir selbst in stressigen Situationen positiv und voller Energie auftreten und Freude an seinen Themen haben, weil sie uns wichtig sind.

VII. Leidenschaft

Leidenschaft leben wir dadurch, dass wir uns stets den Sinn unserer Arbeit bewusst machen und mit Spaß und der richtigen Einstellung unsere internen und externen Projekte umsetzen und motiviert auftreten.

Umsetzung

- ✓ Wir sind motiviert, haben Spaß an unseren Themen und zeigen dies auch.
- ✓ Wir strahlen eine positive Energie aus und sehen neben Risiken immer die Chancen.
- ✓ Wir haben Freude daran, andere zu unterstützen und unser Wissen zu teilen.
- ✓ Wir feiern unsere Erfolge intern wie auch extern und zeigen dadurch, wie toll wir das Erreichte finden.

Bedeutung für mich

Ich habe Spaß an den Themen, an denen ich arbeite und bin motiviert bei der Sache. Ich zeige anderen, wie toll meine Themen und Ergebnisse sind und was für Chancen ich darin sehe – für mich und für mein Umfeld. Ich selbst wähle meine positive Einstellung.

Bedeutung für den/die Manager*in

Ich als Manager*in lebe meine Begeisterung vor und nehme mein Umfeld mit. Ich sehe stets die Chancen und kommuniziere dies regelmäßig und systematisch.

Ich motiviere und inspiriere mein Umfeld, indem ich „gelb“ kommuniziere – sowohl positive Erlebnisse wie auch Learnings aus negativen Visionsmomenten.

Bedeutung für den/die Berater*in / Mitarbeiter*in

Ich als Berater*in / Mitarbeiter*in motiviere mich selbst und stelle auch sicher, dass auch mein Umfeld motiviert bleibt.

Ich achte auf mich und mein Energielevel und kommuniziere, falls dieses sinkt und ich Unterstützung brauche.

Ich nehme gerne an Events teil, um mit meinem Umfeld zu feiern und Spaß zu haben.

Bedeutung für den Klienten

Der Klient sieht, dass wir mit Spaß für ihn gerne die Extrameile gehen, um für ihn das bestmögliche Ergebnis zu erreichen.

Der Klient bekommt von uns durch Worte und Taten vermittelt, wie gerne wir für ihn arbeiten.

Schlusswort an unsere Bewerber*innen

Liebe potenzielle, neue Kollegin,
Lieber potenzieller, neuer Kollege,

wenn Du bis hierhin gelesen hast: Bravo!

Solltest Du Dich nicht mit unseren Werten und unserem Anspruch an Beratung identifizieren können, dann danken wir Dir, dass Du es bis hierhin geschafft hast, und wünschen Dir viel Erfolg auf Deinem weiteren beruflichen Weg.

Solltest Du das Gefühl haben, dass unsere Kultur passend für Dich ist, und Du auch noch eine Menge Leidenschaft für das Thema „Digitales Kundenmanagement und CRM“ mitbringst, dann freuen wir uns sehr darauf, Dich kennen zu lernen.

Ansprechpartner



Dr. Jörg Reinnarth
Geschäftsführer
CINTELLIC Consulting Group
joerg.reinnarth@cintelllic.com



Stephan Klöckner
Senior Manager
CINTELLIC Consulting Group
stephan.kloeckner@cintelllic.com

Über CINTELLIC

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten über 70 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik.

www.cintelllic.com

#jointheteam

CINTELLIC befindet sich auf Wachstumskurs. Vielleicht mit Ihnen? Jetzt Stellenanzeigen entdecken und bewerben!

<https://www.cintelllic.com/stellenangebote/>

Cintelllic im Social Web



Cintelllic GmbH

Remigiusstraße 16
53111 Bonn
t +49 228 92 18 20
info@cintelllic.com
www.cintelllic.com

