

CEOs Top 3 Prioritäten



In der aktuellen Situation steht jeder CEO aufgrund der COVID19-Pandemie vor einzigartigen Herausforderungen. Führungskräfte müssen sich die Zukunft ihrer Unternehmen neu vorstellen. Die CEOs, die in Zukunft erfolgreich sein werden, sind diejenigen, die drei Dinge zu ihrer obersten Priorität machen: das Wohlergehen der Mitarbeiter, den Kundenservice und die Talentförderung. Mehr denn je werden Kultur und starke Führung die entscheidenden Erfolgsfaktoren sein. Führungskräfte, denen es nicht gelingt, nach vorne zu blicken und neue Wege zur Wertschöpfung zu finden, werden zurückbleiben, während diejenigen, die diese Zeit nutzen, um ihre Verbindung zu Mitarbeitern und Kunden zu stärken, erfolgreich sein werden. Jetzt ist es an der Zeit, aus dem Überlebensmodus herauszutreten und sich auf den Aufbau einer neuen Zukunft zu konzentrieren.

Unternehmen, die erwarten, dass alles wieder so wird, wie es vor COVID-19 war, werden nicht überleben. Rentabilität und Wachstum werden von Führungskräften abhängen, die bereit sind, sich weiterzuentwickeln und ihre Betriebe anzupassen.

Die oberste Führungsebene ist dafür verantwortlich, die Vision der Organisation zu schaffen, umzusetzen und, was am wichtigsten ist, die Vision der Organisation internen und externen Interessengruppen zu vermitteln. Im August 2019, bevor sich jemand mit den wirtschaftlichen Realitäten einer globalen Pandemie befasste, gab Der Business Roundtable, eine Vereinigung von CEOs führender amerikanischer Unternehmen, eine neue "Erklärung zum Zweck eines Unternehmens" heraus.



In der Vergangenheit vertraten sie die Ansicht, der einzige Zweck einer Aktiengesellschaft sei es, ihren Aktionären zu dienen. Heute behaupten sie jedoch, dass ein Unternehmen sein Engagement gegenüber allen Interessengruppen ausbalancieren müsse - nicht nur gegenüber den Aktionären, sondern auch gegenüber Kunden, Lieferanten, lokalen Gemeinschaften und Mitarbeitern. Sie glauben, "wenn Unternehmen talentierte und vielfältige Mitarbeiter haben, die sich am Arbeitsplatz und zu Hause sicher fühlen, dann leisten sowohl die Menschen als auch die Unternehmen ihr Bestes". Dies bekommt angesichts einer globalen Krise eine ganz neue Bedeutung. Wie kommt Ihr Unternehmen seiner Verantwortung gegenüber allen Stakeholdern nach?

Das Wohlergehen der Mitarbeiter muss die erste Priorität haben, wenn wir uns den Realitäten von COVID-19 stellen.

In einer zweijährigen Studie zu „Was Teams effektiv macht?“ entdeckte Google, dass es viel weniger darauf ankommt, wer in einem Team ist, sondern vielmehr darauf, wie die Teammitglieder interagieren, ihre Arbeit strukturieren und auf ihre Sichtweise zum Unternehmen. Sie stellten fest, dass es fünf Schlüsseldynamiken eines erfolgreichen Teams gibt: psychologische Sicherheit, Verlässlichkeit, Struktur und Klarheit, die Bedeutung der Arbeit und die Auswirkungen der Arbeit.

In den ersten Tagen der Konfrontation mit dem neuen Normalen strebten viele Unternehmen danach, auf Home-Office als neues Arbeitsplatzmodell umzusteigen. Die Mitarbeiter mussten nicht nur ihr Zuhause und ihre Familien auf die Unterbringung am Arbeitsplatz vorbereiten, sondern sie mussten auch einen Arbeitsplatz in ihrem Zuhause schaffen und möglicherweise in Ausrüstung oder Technologie investieren, um das Arbeiten von zu Hause aus zu ermöglichen. Gleichzeitig waren viele von ihnen mit der Verantwortung konfrontiert, ihre Kinder zu Hause zu unterrichten oder sich um kranke oder ältere Verwandte zu kümmern. Die Führungskräfte mussten sich einfühlen und anerkennen, dass es sich unter allen Umständen um ein gewaltiges Unterfangen handelte.

Effektive CEOs werden weiterhin ein neues Maß an Einfühlungsvermögen und Verständnis zeigen. Ihre Teams standen unter außerordentlichem Stress, der sie daran hindert, großartige Arbeit zu leisten. Wie können Führungskräfte ihre Teams jetzt besser unterstützen, damit sie emotional bereit sind, die Arbeit zu leisten, die für den Erfolg Ihrer Organisation erforderlich ist?

Investieren Sie zuallererst in Kommunikation. Stellen Sie sicher, dass Sie über die nötigen Mittel verfügen, um mit Ihrem Team in Kontakt zu bleiben, und denken Sie daran, dass, um mit den Worten von Executive Coach Mark Nevins zu sprechen, "noch nie eine Führungskraft wegen Überkommunikation kritisiert wurde". Die Kommunikation sollte klar, direkt und realistisch, aber auch positiv sein. Helfen Sie Ihrem Team, sich auf das zu konzentrieren, was es im Moment kontrollieren kann. Ermutigen Sie sie dazu, sich daran zu erinnern, dass wir alle unsere Einstellung, Perspektive, Entscheidungen und Entschlossenheit kontrollieren. Sie können den Optimismus in Ihrem Team fördern, indem Sie die Gespräche lösungsorientiert halten. Nennen Sie die Herausforderungen, vor denen sie stehen, und erkennen Sie sie an, aber ermutigen Sie sie zur Beharrlichkeit. Geben Sie ihnen ein Gefühl der Zielstrebigkeit und erinnern Sie sie daran, warum ihre Arbeit wichtig und sinnvoll ist.

Es ist leicht, in einer Krise das Ziel aus den Augen zu verlieren, da wir uns mehr auf das Überleben konzentrieren. Um jedoch Energie und Konzentration aufrechtzuerhalten, müssen sich die Menschen geschätzt fühlen und verstehen, warum ihre Rolle wichtig ist.



Eine Möglichkeit, Ihrem Team einen Sinn zu geben, besteht darin, es zum Teil der Lösung zu machen. CEOs können diese Herausforderungen nicht allein bewältigen; jetzt ist es an der Zeit, die Talente Ihres Teams zu nutzen.

Beziehen Sie Ihre Team in die Szenarioplanung ein, arbeiten Sie mit ihnen zusammen, um Prioritäten zu setzen, was jetzt wirklich wichtig ist und welche Aufgaben und Projekte sind am dringendsten. Stellen Sie sicher, dass Ihre direkten Mitarbeiter über die erforderlichen Informationen verfügen, und sorgen Sie für eine konsistente Botschaft an ihre Teams. Jane Stevenson, Vice Chairman, Board & CEO Services bei Korn/Ferry International, sagt uns, dass die Top-Führungskräfte "die Werte des Unternehmens kurz und bündig definieren, damit die Mitarbeiter die Klarheit und Richtlinien haben, um eigenständig und schnell Entscheidungen treffen zu können. Die Führungskräfte haben nicht die Zeit, sich ständig bei allen zu melden, so dass jeder wissen muss, nach welchen Werten er handeln und Entscheidungen treffen wird. Diese Werte stehen nicht im Widerspruch zum normalen Zweck und zu den normalen Werten des Unternehmens, aber sie haben sie von vornherein nicht immer gut definiert". Seien Sie sich über Ihren Zweck und Auftrag als Organisation und Führungskraft im Klaren, und Ihr Team wird das Vertrauen haben, das es braucht, um sein Bestes zu geben.

Die zweite Priorität heißt - Kundenservice

Wie können Sie Ihren Kunden jetzt Wert und Unterstützung bieten? Die meisten Unternehmen sind mit raschen Veränderungen ihrer Geschäftsmodelle konfrontiert. Auch wenn es ungewöhnlich ist, so schnell schwenken zu müssen, ist dies für Unternehmen sicherlich kein ungewöhnliches Problem. Wenn neue Produkte und Dienstleistungen entstehen, überleben Unternehmen, die sich drehen oder neu erfinden können, und solche, die nicht aus dem Geschäft ausscheiden können. Unternehmen, die sich weigern, sich weiterzuentwickeln, werden letztlich scheitern.



Der natürliche Lebenszyklus von Unternehmen umfasst viele Höhen und Tiefen. Viele Unternehmen schrumpfen jedoch, weil sie sich starr auf Methoden verlassen, die in der Vergangenheit funktioniert haben, es versäumen, innovativ zu sein und wettbewerbsfähig zu bleiben. In einem Webinar mit seinen Mitarbeitern, dem Bestsellerautor von Leaders Eat Last, erklärte Simon Sinek, dass die Frage, die wir uns jetzt stellen müssen, lautet: "Was wird sein? Nicht, wie werden wir das bewahren, was wir hatten?" Er erinnerte seine Mitarbeiter an den Tod von Unternehmen wie Blockbuster und anderen, die sich nicht drehen konnten, als das Internet die Geschäftslandschaft für immer veränderte. Einige Unternehmen sind in der Lage, sich neu zu erfinden, um in einer sich verändernden Welt stärker zu werden. Sinek warnt: "Wenn Sie glauben, dass Sie den gleichen Job machen werden, und Sie warten ... dann ist der Zug schon abgefahren".

Wie werden Sie vor diesem Hintergrund Ihre Kunden jetzt bedienen?

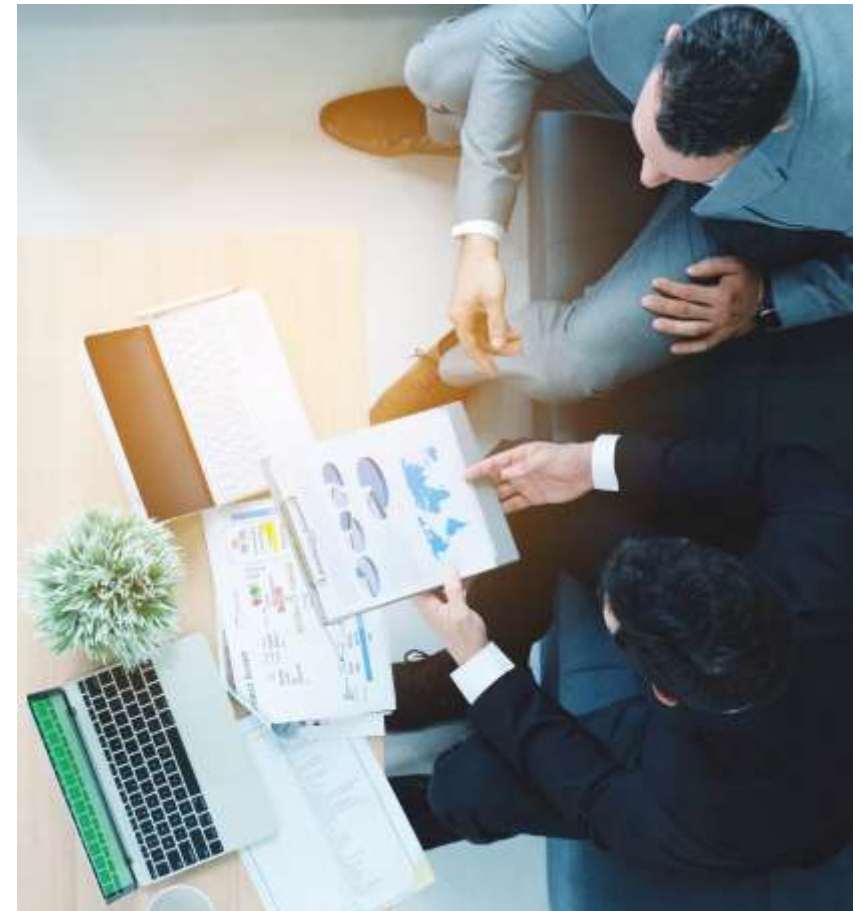
Viele Unternehmen stellten sich der Herausforderung, als die Aufträge für den „Zu-Hause“-Bereich begannen. Unzählige Restaurants wechselten von einem Dine-in-Service zu einem Auslieferungs-service, wobei sie ihr Personal beschäftigten und ihren Kunden ein gewisses Gefühl der Normalität vermittelten. Logitech startete ein Programm, das kostenlose Webcams und Headsets für Lehrer beim Übergang zu virtuellen Klassenzimmern. Die Internet-Provider erhöhten die Geschwindigkeiten bei den Grundpaketen und stellten einkommensschwachen Kunden und Familien mit Kindern im Schulalter kostenloses Internet zur Verfügung. Zoom bot einen kostenlosen Service für Schulen an und hob das 40-Minuten-Limit für Bildungszwecke auf. Unternehmen spendeten dringend benötigte Hilfsgüter an Krankenhäuser. Coca-Cola und Nike nutzten ihre Werbekampagnen, um die Menschen zu sozialer Distanzierung zu bewegen. State Farm vergab Kredite an seine Kunden, weil die Menschen weniger Auto fuhren und die Versicherungsansprüche deutlich zurückgingen. Diese Unternehmen konzentrierten sich darauf, ihre Marke im Blickpunkt der Öffentlichkeit zu halten und gleichzeitig der Gemeinschaft zu helfen und eine starke Kunden-bindung aufzubauen.

Eine kürzlich durchgeführte Umfrage des Global Web Index ergab, dass „Weltweit sich Menschen wünschen, dass Marken auf den Ausbruch reagieren, indem sie flexible Zahlungsbedingungen anbieten (83%), kostenlose Dienstleistungen anbieten (81%), nicht unbedingt notwendige Geschäfte schließen (79%) und bei der Produktion von lebensnotwendigen Gütern helfen (67%).“

All diese Nennungen liegen deutlich über den 37%, die der Meinung sind, dass sie ihre Werbung wie gewohnt weiterführen sollten“. Wie kann Ihre Organisation in Zukunft von Nutzen sein? In einem kürzlich erschienenen Bericht von Deloitte wird erklärt, dass Ihr Unternehmen, auch wenn es unter dem Strich vielleicht kurzfristig deutliche Verluste macht, die Beziehung zu seinen Kunden stärken kann, wenn es Wege findet, eine flexible Preisgestaltung und Rückerstattungspolitik anzubieten.

Die Aufrechterhaltung positiver Kundenbeziehungen hat langfristige Vorteile für die Gesundheit Ihres Unternehmens.

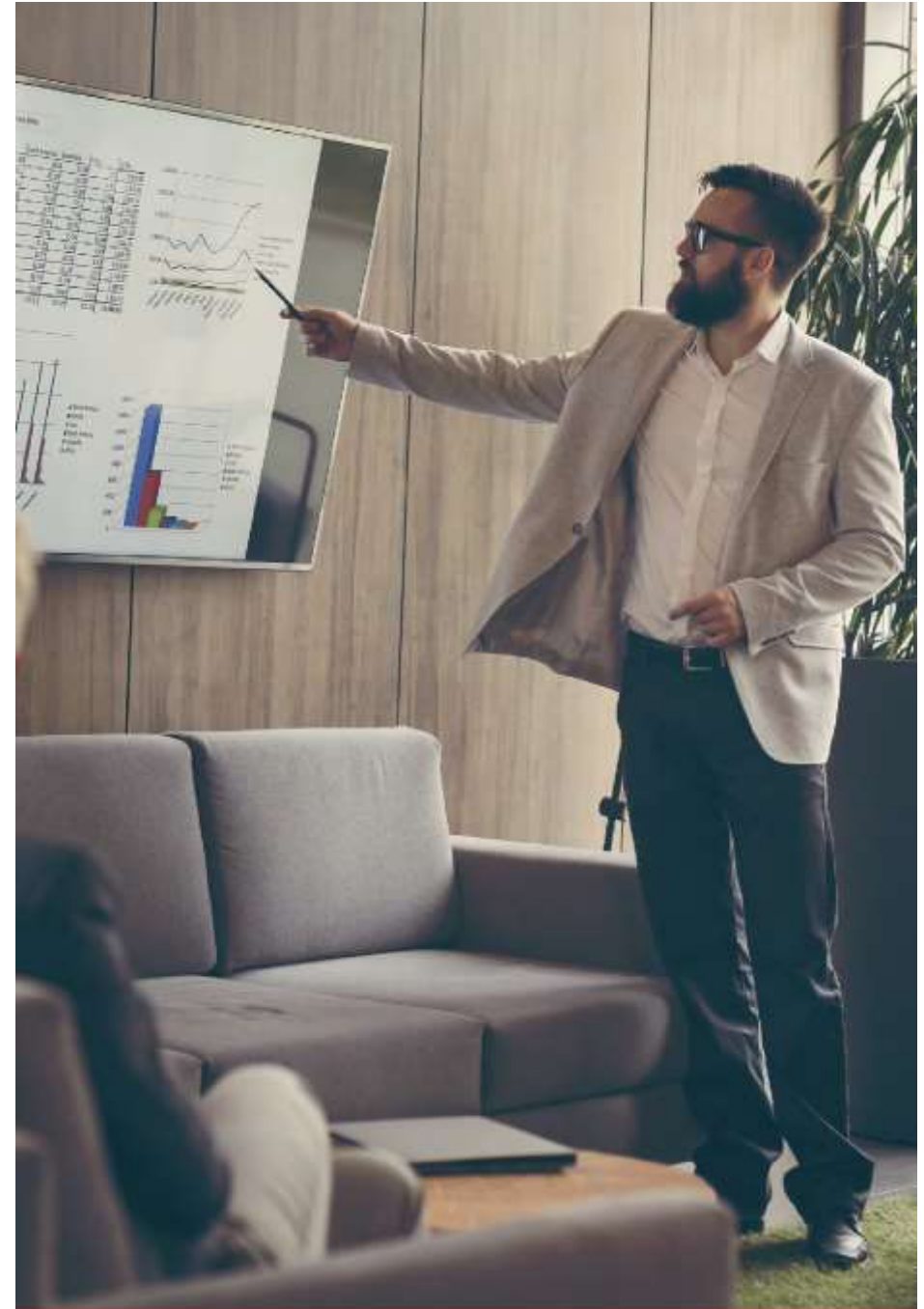
Bleiben Sie mit Ihren Kunden in Kontakt; lassen Sie sie wissen, wie sehr Sie sie schätzen, auch wenn sie im Moment weniger Geld bei Ihnen ausgeben. Geben Sie Ihr Bestes, um sich um Ihre treuen Kunden zu kümmern. Welche Dienstleistungen und Ressourcen wären für sie in dieser Zeit wertvoll? Jetzt ist der richtige Zeitpunkt, Rabatte anzubieten, um Ihren Kunden-stamm zu halten und auch neue Kunden zu gewinnen.



Die dritthöchste Priorität für CEOs während der Pandemie ist die Vorbereitung ihrer Teams auf das, was als nächstes kommt.

Mehr denn je werden Ihre Manager jetzt die Fähigkeiten benötigen, um ihre Teams voranzubringen. Stellen Sie sicher, dass Sie jetzt einen Plan für die Entwicklung Ihrer Manager haben, damit sie für die kommenden Herausforderungen bereit sind. Es mag kontraintuitiv erscheinen, in Lernen und Entwicklung zu investieren, wenn sich Ihr Unternehmen auf die Senkung der Ausgaben konzentriert. Die Kosten einer ineffektiven Führung können jedoch die Kosten für die Entwicklung Ihrer Führungskräfte bei weitem übersteigen. Crestcom international hat eine umfassende Liste von Führungsqualitäten zusammengestellt, die für den Erfolg in einer Wirtschaft nach einer Pandemie von entscheidender Bedeutung sein werden. Zu den am meisten benötigten kritischen Fähigkeiten gehören strategisches Denken, Veränderungsmanagement, starke Entscheidungsfindung sowie offene und effektive Kommunikation. Ihre Mitarbeiter sind das wertvollste Kapital Ihres Unternehmens, und wenn Sie in dieser Krise und darüber hinaus erfolgreich sein wollen, ist es jetzt an der Zeit, in die Entwicklung von Führungskräften in Ihrem Team zu investieren. Wenn Ihren Führungskräften die Fähigkeiten fehlen, die sie brauchen, um in dieser neuen Normalität erfolgreich zu sein, wird ihnen das Vertrauen fehlen, das sie brauchen, um Teams zu leiten und effektiv nach Ergebnissen zu streben.

Organisatorische Veränderungen, Krisen-Management und die Anpassung an die Arbeit aus der Ferne erfordern spezifische Fähigkeiten, die nicht von selbst kommen. Beginnen Sie jetzt damit, Ihr Team auf die Herausforderungen der Zukunft vorzubereiten.





Die Führungskräfte müssen das, was sie aus den Herausforderungen von COVID-19 gelernt haben, nutzen.

Wenn CEOs die Zukunft neu entwerfen, ist es von Vorteil, darauf zurückzublicken, wie gut sie auf eine systemische Störung vorbereitet waren. Unternehmen, die auf die Bereitstellung virtueller Dienstleistungen ausgerichtet sind, möchten vielleicht in Erwägung ziehen, ein virtuelles Angebot als festen Bestandteil in ihr Geschäftsmodell aufzunehmen, da viele Kunden es vielleicht vorziehen, mehr zu Hause zu bleiben. Wie werden sie diesem Kunden entgegenkommen und gleichzeitig neue persönliche Kunden gewinnen, um beide Einnahmequellen zu maximieren? Organisationen können das Gelernte auch nutzen, um sich auf zukünftige Störungen vorzubereiten. Erfolgreiche CEOs werden weiterhin die Fähigkeit ihres Teams stärken, wo immer möglich aus der Ferne zu arbeiten, und sie werden Arbeitsplätze und Schaufenster neu gestalten, um sie für Kunden und Mitarbeiter sicherer zu machen. Unternehmen müssen planen, wie sie ihre Ressourcen verwalten und sicherstellen, dass sie über angemessene Barmittelreserven verfügen, um einen wirtschaftlichen Abschwung durchzustehen, was in der boomenden Wirtschaft des Jahres 2019 für viele Organisationen nicht im Mittelpunkt stand. COVID-19 hat die lokale und globale Wirtschaft, die Lieferketten und das Kundenverhalten verändert. Es ist für Führungskräfte von entscheidender Bedeutung, die systemischen Störungen zu verstehen, die die Überlebensfähigkeit ihrer Organisation über viele Jahre hinweg beeinträchtigen werden.

Kultur und Führung werden mehr denn je von Bedeutung sein, wenn wir uns auf dem Weg zur wirtschaftlichen Erholung befinden.

Die CEOs, die in Zukunft erfolgreich sein werden, sind diejenigen, die sich klugerweise auf das Wohlergehen der Mitarbeiter, den Kundenservice und die Mitarbeiterentwicklung konzentrieren. Die Unternehmen werden sich weiterhin schnell anpassen müssen, um ihr Überleben zu sichern, sich wirtschaftlich zu erholen und widerstandsfähiger zu werden, wenn neue Herausforderungen auf sie zukommen.

Referenzen

www2.deloitte.com. 2020. [online] Available at: <<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ie/Documents/covid19/gx-coronavirus-customer-loyalty.pdf>> [Accessed 20 April 2020].

Crestcom International. 2020. *Complete Leadership Skills List To Become A Better Manager*. [online] Available at: <<https://crestcom.com/blog/2016/12/08/the-complete-leadership-skills-list/>> [Accessed 20 April 2020].

Kornferry.com. 2020. *COVID-19: Inside The Corner Office*. [online] Available at: <<https://www.kornferry.com/insights/articles/ceo-coronavirus-crisis-leadership-q-a>> [Accessed 20 April 2020].

Hessekiel, D., 2020. *Creative Ways Companies Are Giving Back During The COVID-19 Crisis*. [online] Forbes. Available at: <<https://www.forbes.com/sites/davidhessekiel/2020/03/27/creative-ways-companies-are-giving-back-during-the-covid-19-crisis/#52de0b977f14>> [Accessed 20 April 2020].

Mander, J., 2020. *Coronavirus: Insights From Our Multinational Study - Globalwebindex*. [online] GlobalWebIndex Blog. Available at: <https://blog.globalwebindex.com/trends/coronavirus-international-study/?_ga=2.8956149.196767800.1585165019-1448121877.1585165019> [Accessed 20 April 2020].

Nevins, M., 2020. *Leadership In The Time Of COVID-19*. [online] Forbes. Available at: <<https://www.forbes.com/sites/hillennevins/2020/03/19/leadership-in-the-time-of-covid-19/#215ad20f5e4e>> [Accessed 20 April 2020].

Business Roundtable. 2020. *Our Commitment - Business Roundtable*. [online] Available at: <<https://opportunity.businessroundtable.org/ourcommitment/>> [Accessed 20 April 2020].

Harvard Business Review. 2020. *Preparing Your Business For A Post-Pandemic World*. [online] Available at: <https://hbr.org/2020/04/preparing-your-business-for-a-post-pandemic-world?referral=03759&cm_vc=rr_item_page.bottom> [Accessed 20 April 2020].

Rework.withgoogle.com. 2020. *Re:Work - The Five Keys To A Successful Google Team*. [online] Available at: <<https://rework.withgoogle.com/blog/five-keys-to-a-successful-google-team/>> [Accessed 20 April 2020].

Inc.com. 2020. *Simon Sinek: These Are Not Unprecedented Times*. [online] Available at: <<https://www.inc.com/jeff-haden/simon-sinek-coronavirus-crisis-business-success-moving-forward.html>> [Accessed 20 April 2020].

Zukis, B., 2020. *A CEO Cheatsheet For Business Strategy After COVID-19*. [online] Forbes. Available at: <<https://www.forbes.com/sites/bobzukis/2020/03/30/a-ceo-cheatsheet-for-business-strategy-after-covid-19/#4a437af0330c>> [Accessed 21 April 2020].