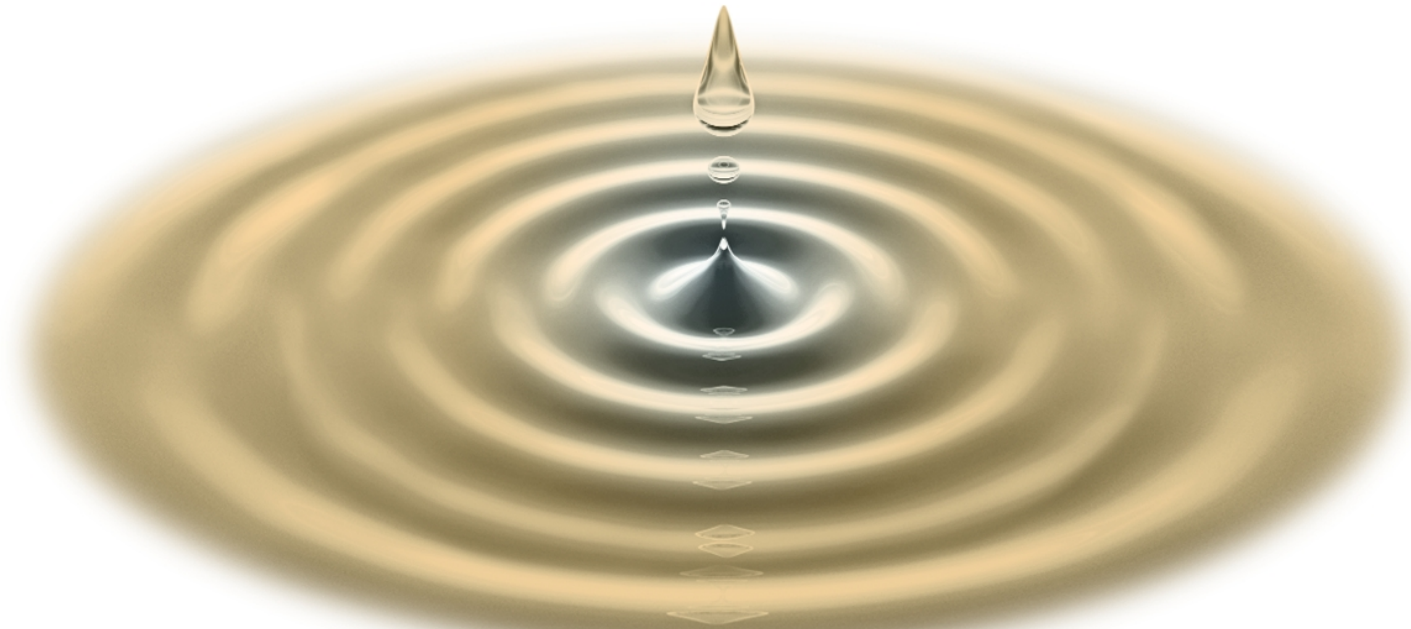


Schnelligkeit durch Vertrauen: Die unterschätzte ökonomische Macht

Vortrag beim Sommerfest am 8.7.2010



Alexandra Altmann

Vertrauen ist Substantiv und Verb



“Vertrauen zu schaffen ist die wichtigste Führungskompetenz im 21. Jahrhundert”

Beispiel: Geschäftspartner



Eine Person, der Sie vertrauen?

Eine Person, der Sie nicht vertrauen?

Dividenden oder Steuern?



=



=



Beispiel 1: Jim's Imbiss



Beispiel 2 – Warren Buffet und McLane



23 Mrd. \$



- Nach einem 2 stündigen Meeting und Handschlag
- Übernahme vollzogen innerhalb 29 Tagen ohne „due diligence“

„ Wir wussten, dass alles genauso sein würde wie WalMart gesagt hatte – und so war es auch. “

Vertrauensdividende einer Organisation

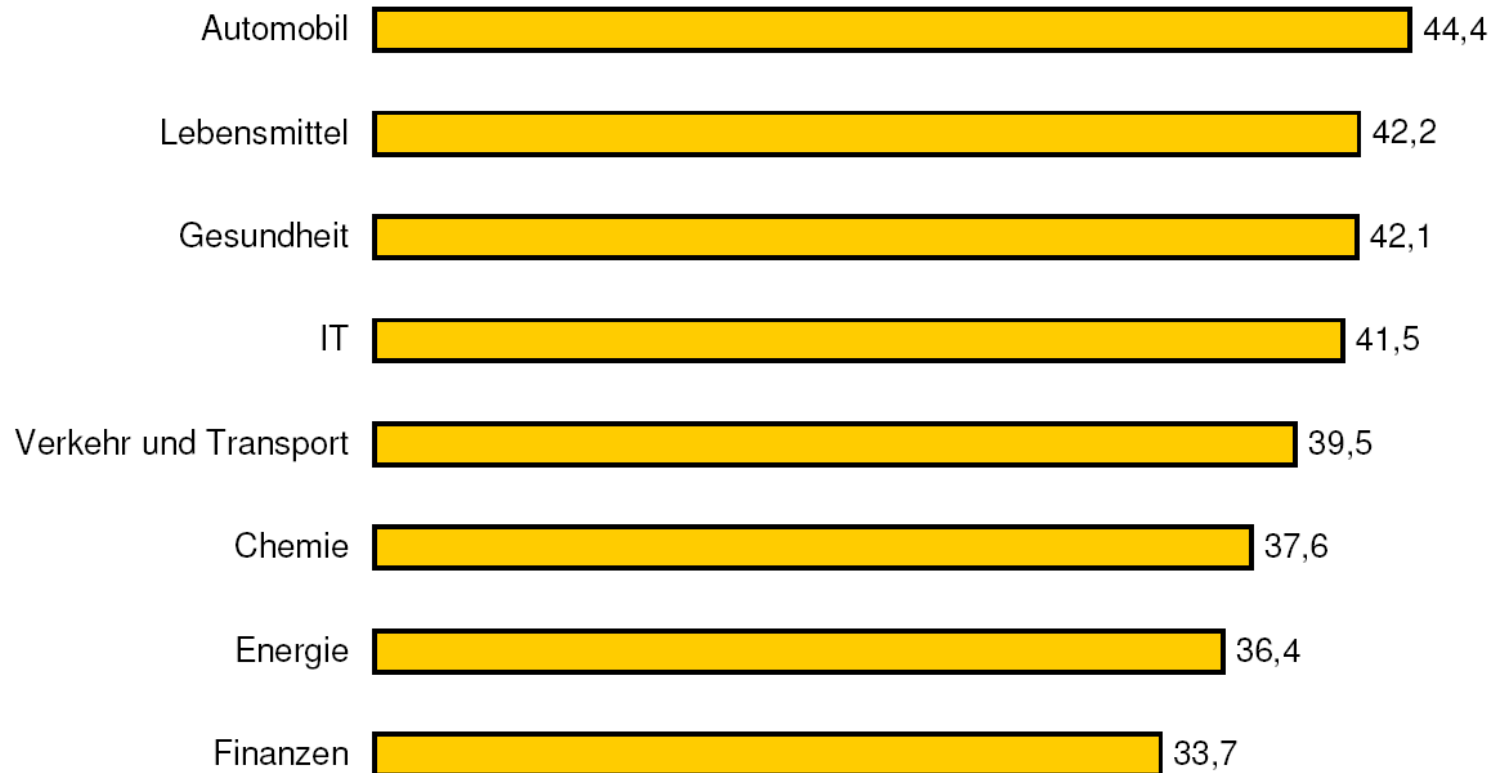
In Unternehmen mit hohem
Vertrauen ist der Share Holder Value fast

3mal so hoch wie in Unternehmen
mit wenig Vertrauen.

—Human Capital Index, Watson Wyatt Worldwide

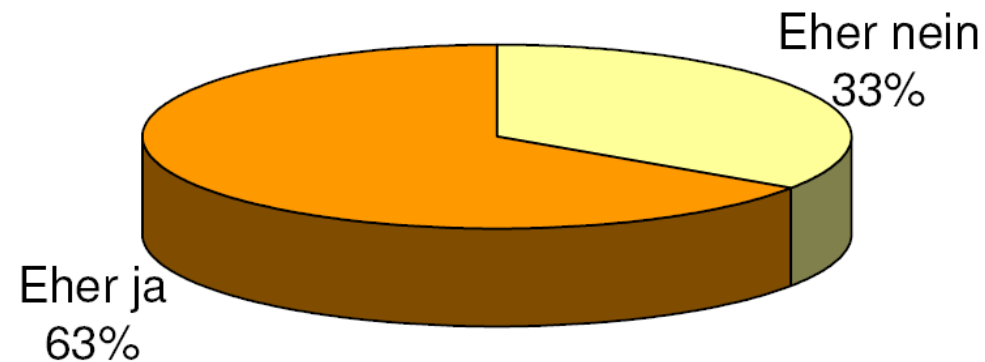
Vertrauensindex 2010

“Diese Unternehmen sind ehrlich und gehen vertrauensvoll mit ihren Kunden und Mitarbeitern um” (% Zustimmung)



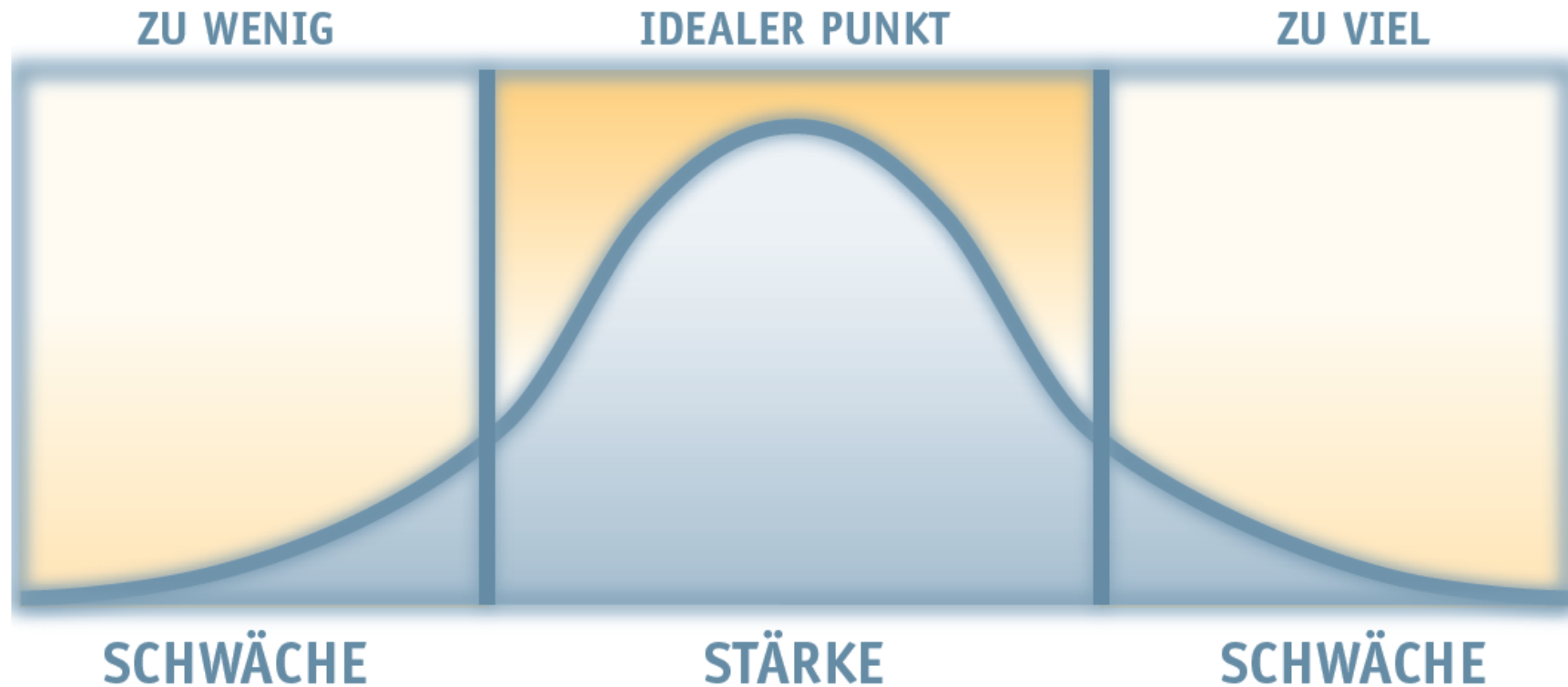
Quelle: Wirtschaftswoche – 7.6.2010 – Nr. 23

Vertrauen Sie den Aussagen des Top-Managements?

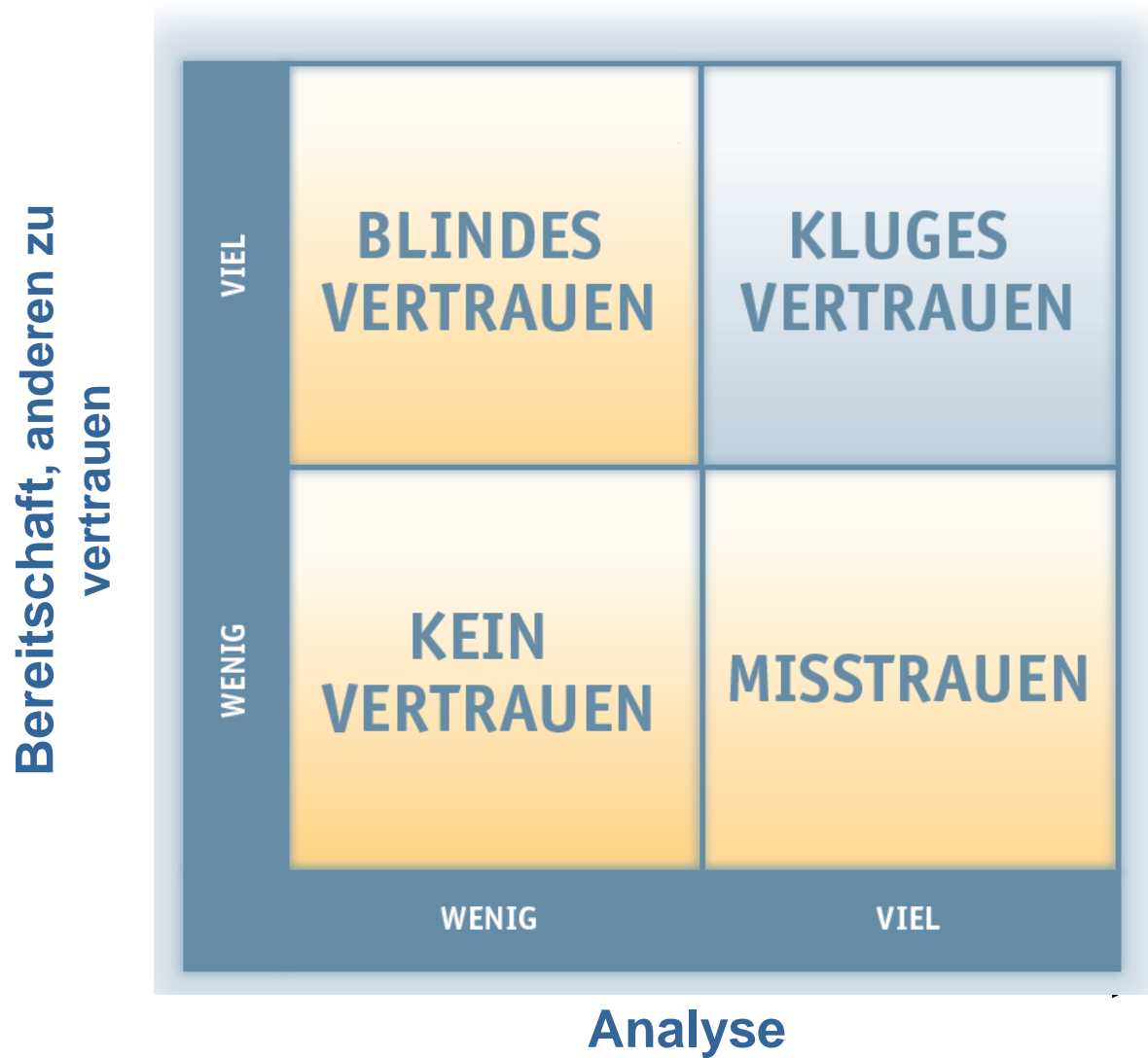


Quelle: Wirtschaftswoche – 7.6.2010 – Nr. 23

“Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser”



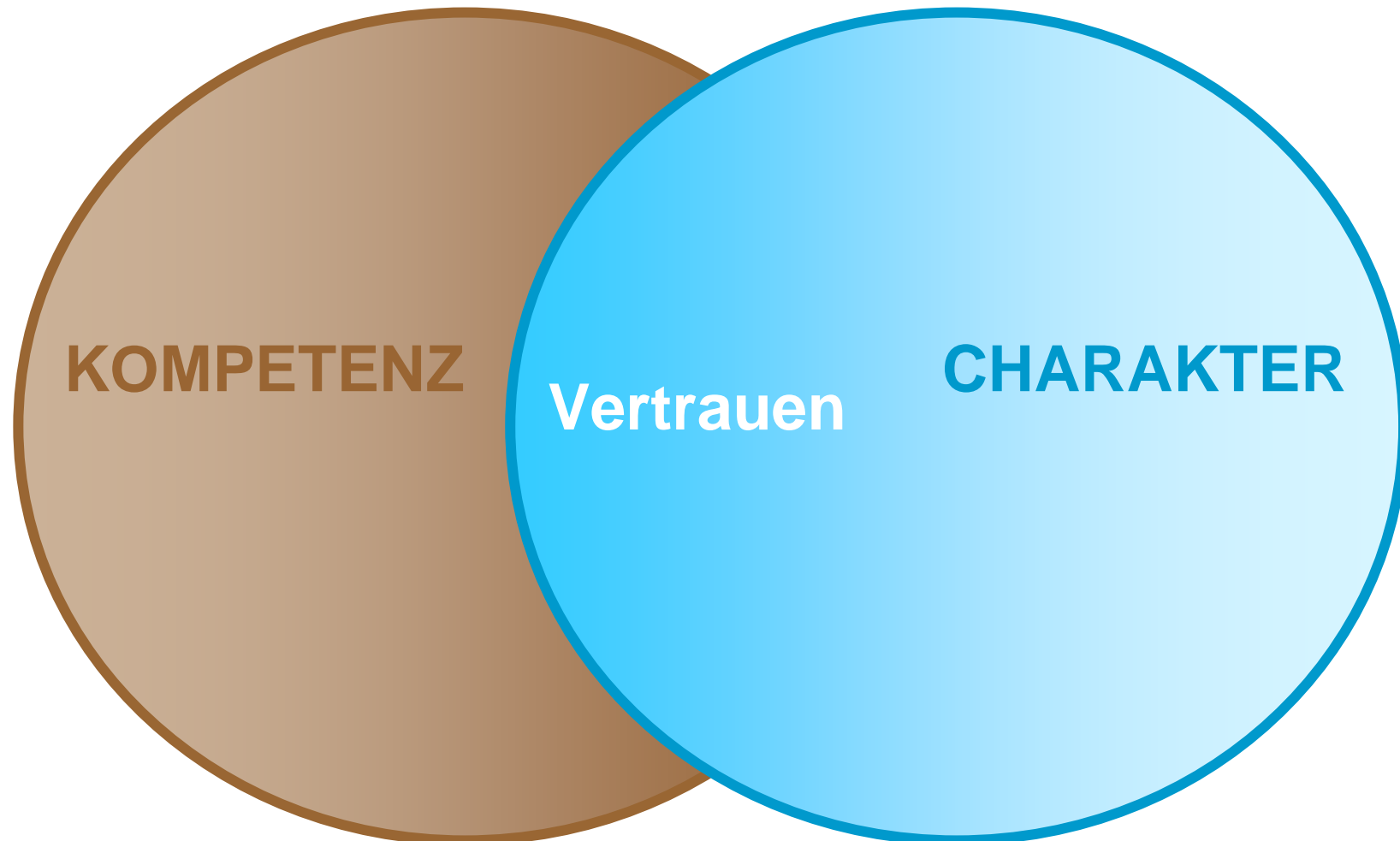
Kluges Vertrauen



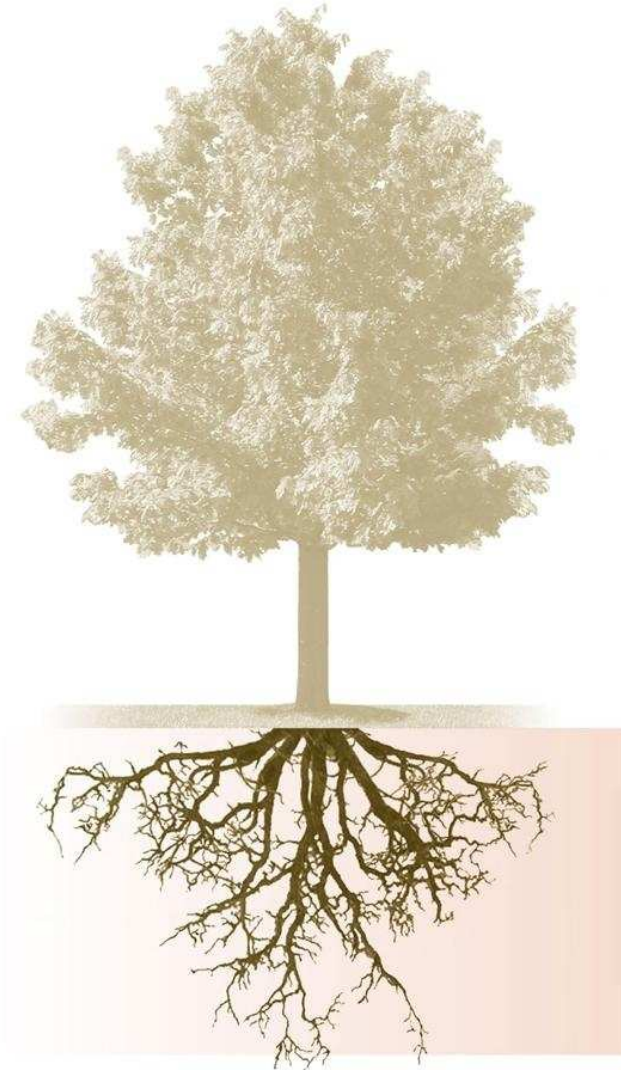


„Mit welcher schnellen Lösung
kriege ich Ihr volles Vertrauen?“

Vertrauen schaffen



4 Grundlagen von Vertrauenswürdigkeit



Kompetenz

4. Ergebnisse

3. Fähigkeiten

Charakter

2. Absichten

1. Integrität

Vertrauenswürdigkeit der Organisation

Charakter

1. Integrität

Stehen unsere Strukturen und Systeme für Vertrauen?

Können wir Fehler machen und zugeben?

2. Absichten

Wollen wir, dass alle gewinnen?

Belohnen wir Zusammenarbeit statt Konkurrenz?

3. Fähigkeiten

Sitzen die richtigen Leute auf den richtigen Positionen?

Gibt es ständige Verbesserung und Innovation?

4. Ergebnisse

Liefern wir, was wir versprechen?

Können sich andere auf unsere Versprechen verlassen?

Kompetenz

Vertrauenswürdigkeit am Markt

Charakter

1. Integrität

Haben wir den Ruf, ehrlich zu sein?

Haben wir den Ruf, schwierige Dinge mutig und schnell anzugehen?

2. Absichten:

Glauben die Leute, dass wir nur „auf Gewinn aus“ sind?

Oder spüren sie, dass sie uns wirklich wichtig sind?

Kompetenz

3. Fähigkeiten

Verbinden die Leute unseren Namen mit Qualität und stetiger Verbesserung?

4. Ergebnisse

Liefern wir, was wir versprechen?

Würden Kunden uns weiterempfehlen?

Bei sich selbst beginnen

Kann man mir vertrauen?

Die 5 Wellen von Vertrauen

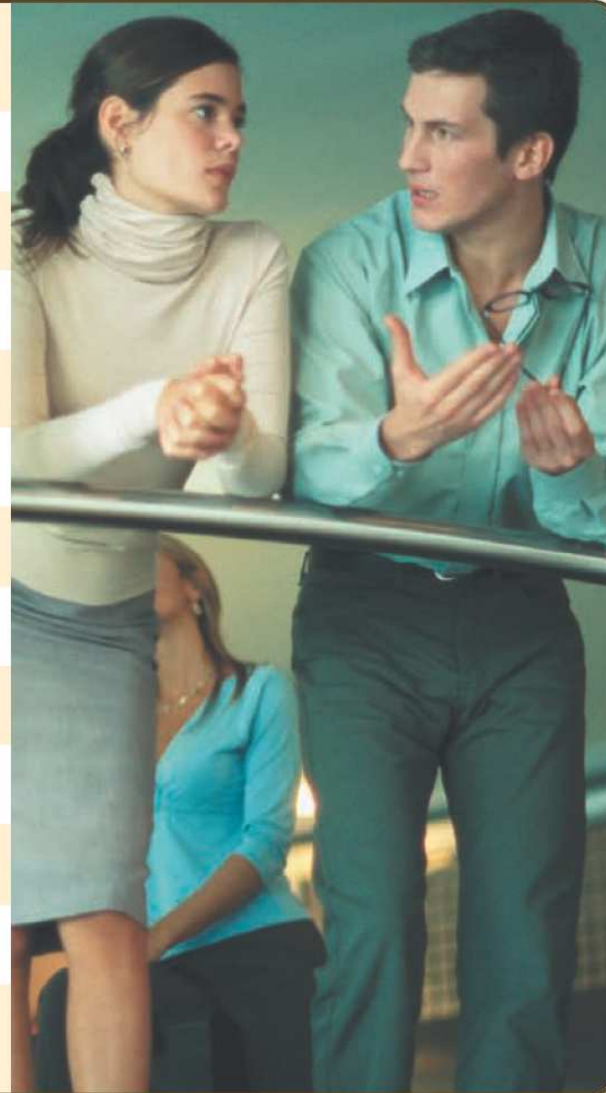


„So wie sich Vertrauen mit jeder Welle weiter ausbreitet, so wachsen auch die Auswirkungen von Vertrauen exponentiell.“

—*Stephen M. R. Covey*—

13 Vertrauensregeln

1. Ehrlich sein
2. Respekt zeigen
3. Transparenz schaffen
4. Fehler wiedergutmachen
5. Loyal sein
6. Ergebnisse liefern
7. Sich verbessern
8. Sich der Realität stellen
9. Erwartungen klären
10. Verantwortung übernehmen
11. Erst zuhören
12. Versprechen halten
13. Anderen Vertrauen schenken



Vielen Dank!

Alexandra Altmann
FranklinCovey Leadership Institut GmbH
Bavariafilmplatz 3
82031 Grünwald
+49 (0)89 45 21 48 21
a.altmann@franklincovey.de

