



Kundenzentrierte Personalentwicklung

Im Bereich Personalentwicklung (PE) verwundert mich immer wieder die Tatsache, dass die externe Kundschaft, die letztlich das Geld für die Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens bezahlt, im Tagesgeschäft von PE-Abteilungen zum großen Teil nicht existiert. Alle PE-Maßnahmen richten sich ausschließlich an den Bedürfnissen der internen Zielgruppen aus, ohne jemals die externe Kundenseite zu befragen, was z. B. ein "Verkaufs-/Servicetraining" inhaltlich behandeln müsste, um wirklich erfolgreich zu sein. Des Weiteren kennen die meisten PE-Mitarbeitenden die Marktseite nur vom Hörensagen.

Nach meiner Einschätzung werden Lernkooperationen mit dem externen Markt unter dem Einfluss von Social Media immer wichtiger und damit zu einer wirkungsvollen Lernquelle. Doch obwohl die externe Kundenseite das zentrale Glied in der Wertschöpfungskette ist, wird sie von der aktuellen PE-Arbeit ausgeschlossen. Das mag zum einen damit zusammenhängen, dass die Kundenhoheit in vielen Unternehmen im Marketing-/Verkaufsbereich liegt und diese nur wenige Berührungspunkte zur Personalentwicklung hat. Zum anderen zeigt ein Großteil der PE-Abteilungen ein zu geringes Interesse an der externen Kundschaft. In der Regel werden nur die internen Kunden bedient, so dass PE-Maßnahmen zu stark von "innen" und nicht vom "Markt" abgeleitet werden. Eine wirklich kundenzentrierte Personalentwicklung findet nicht statt.

Im Folgenden habe ich einige Fragen aufgeführt, die Sie zum Nachdenken und Diskutieren mit dem Ziel verwenden können, die externe Kundenseite intensiver in Ihre Personalentwicklung zu integrieren:

- Wann hatten Sie Ihren letzten externen Kundenkontakt?
- Auf welche Weise erfahren Sie, was der externe Markt will bzw. nicht will?
- Wie könnten Sie den externen Markt aktuell in Ihre PE-Arbeit einbinden?
- Worin liegen die Chancen und Risiken dieser neuen Lernoptionen?
- Welche neuen Maßnahmen und Formate könnten sich aus der Zusammenarbeit mit der externen Kundenseite ergeben?
- Was hat bis dato eine Integration der externen Kundenseite in die aktuelle Entwicklungsarbeit verhindert?
- Welche Fragen im Zusammenhang mit diesem Thema müssten noch gestellt werden?

Fazit:

Eine kundenzentrierte Personalentwicklung bietet neue Chancen für innovative Konzepte und unterstützt damit ihre Wertschöpfungsarbeit für das gesamte Unternehmen. Wir unterstützen Sie gerne in diesem Thema.

Das Buch von Dave Ulrich "HR Transformation – Building Human Resources from the Outside In" unterstreicht die Wichtigkeit dieser Realität als Treiber von PE-Innovationen.