Kolumne
Digitaler Vertrieb für Dentallabore

Thorsten Huhn
handlungsschärfer

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte

Die Auswahl guter Fotos für die eigene Website, die Posts in sozialen Medien oder für die Imagebroschüre des Labors ist bereits eine herausfordernde Aufgabe. Welches Foto untermauert die Aussage, die an den Empfänger der Botschaft übermittelt werden soll – bestenfalls ohne viele Worte?

Vor der Antwort auf diese Frage ist das Schießen der Fotos eine Hürde, die erst einmal genommen werden muss. Welche Fotos brauchen wir? Wer macht die Fotos? Wann finden wir die Zeit für ein Shooting? Muss es überhaupt ein professionelles Shooting sein?

100 Motive pro Jahr

Die Grundaussage zum Thema „Foto" lautet: Je digitaler das Labor vertrieblich unterwegs ist, desto mehr Fotos werden gebraucht. Es geht in diesem Fall ja nicht nur um die wenigen Fotos, die für den statischen Anteil der eigenen Website gebraucht werden. Es geht um die interaktiven Webseitenanteile, die permanent mit Inhalten gefüllt werden müssen. Ganz oben auf der Liste steht das Blog, das pro Jahr mindestens zwölf Beiträge und damit mindestens zwölf Fotos enthalten sollte. Dazu kommen die bebilderten Posts in den sozialen Medien. Einmal pro Woche sind das im ganzen Jahr auch über 50 Fotos, die hier zusammenkommen. Werden dann noch die monatlichen Vertriebsaktivitäten dazugezählt, die per Post oder über den Vertriebler des Labors an die Zahnarztpraxen rausgehen, gesellen sich weitere zwölf Motive dazu. Von Imagebroschüre und Co. mag ich noch gar nicht sprechen. Kurzum, mit etwa 100 unterschiedlichen Motiven ist das Labor von Welt pro Jahr auf der sicheren Seite.

Fotos mit Checkliste

Ohne eine vernünftige Planung ist das nicht zu leisten. Mindestens das Erstellen einer Checkliste, welche Motive im Jahr gebraucht werden, liegt in der Verantwortung des Labors und ist Grundlage für den Fotografen. Diese Liste leitet sich ganz einfach aus dem Jahresaktivitäten- und dem Redaktionsplan des Labors ab. Noch nie gehört? Das sind die Pläne, die zu Beginn eines neuen Jahres den Rahmen der (digitalen) vertrieblichen Aktivitäten abstecken, also Thema, Zeitraum und Vertriebskanal. Damit kann der Großteil der Fotos bereits zu Jahresbeginn geplant und bestenfalls in einem Shooting geschossen werden. Hier empfiehlt sich der Profifotograf, der das Labor und die handelnden Personen an einem einzigen Tag ins rechte Licht rücken kann.

Für die sozialen Medien tut es natürlich auch das Foto mit dem Smartphone, wenn es gut gemacht ist. Aber auch hier gilt: Lieber auf Basis eines sauber geführten Redaktionsplans, damit nicht in letzter Sekunde das Thema erst noch gefunden werden und hektisch ein Foto für Instagram gemacht werden muss.

Mein Tipp: Es empfiehlt sich, grundsätzlich mit offenen Augen durch den Laboralltag zu gehen und gelegentlich eine Situation mit dem Handy festzuhalten. So ein Schnappschuss kann Lücken in Vertriebsplänen stopfen und die Frequenz in den sozialen Medien hochhalten.

kontakt

Thorsten Huhn – handlungsschärfer
Liegnitzer Straße 27
57290 Neunkirchen
Tel.: +49 2735 6198482
mail@thorstenhuhn.de
www.thorstenhuhn.de

Infos zum Autor

Richtiges Offboarding

Ein Beitrag von Nico Heinrich.

Jedes Unternehmen hat es schon erlebt: Ein Mitarbeitender verlässt aus persönlichen oder beruflichen Gründen den Betrieb. Wie kann man als guter Arbeitgeber diesen Prozess im Unternehmen positiv gestalten? Die Antwort: professionell und mit Herz.

© Avelina/Shutterstock.com

Grundsätzlich sollte eine positive Nachrede das Anliegen jedes Unternehmens sein, darum ist es sinnvoll, auch beim Ausscheiden eines Mitarbeitenden einen entsprechenden Strategieprozess einzuleiten. Dieser wertschätzende Prozess sollte in der Unternehmenskultur fest verankert sein. Ein guter Abschied kann eine Netzwerkerweiterung bedeuten und eventuell neue Chancen zur Zusammenarbeit eröffnen. Ein professioneller Prozess beim Offboarding erschüttert zudem nicht das Betriebsklima. Professionalität wird grundsätzlich von den Mitarbeitenden als Führungsstärke wahrgenommen. Die damit verbundene Kommunikation schafft Vertrauen, mit dem die eigene Arbeitgebermarke gestärkt wird. Ein Offboarding-Prozess beugt zusätzlich Missverständnissen mit dem Mitarbeitenden vor. Diese können zu Rechtsstreitigkeiten führen und damit zu unnötigen Zusatzkosten. Inwieweit ein Offboarding-Prozess strategisch gelingen kann und welche Fallstricke es zu beachten gilt, zeigt diese ausführliche Checkliste.

1. Struktur und Referenzen

Die Kündigung wurde nicht nur ausgesprochen, sondern auch schriftlich übergeben und unterschrieben. Dabei ist zu beachten, dass das Kündigungsgespräch grundsätzlich immer wohlwollend und fair verläuft. Vorwürfe oder Beschuldigungen sind hier vollkommen fehl am Platz. Damit Arbeitgebende den Offboarding-Prozess einleiten können, werden zwei weitere (Feedback-)Gespräche vereinbart. Dabei lautet meine Empfehlung, das organisatorische und das persönliche Gespräch zu trennen.

Urlaubskontingent:
Die Berechnung des anteiligen Urlaubsanspruchs in Bezug auf das Kündigungsdatum und die vertraglich vereinbarte Kündigungsfrist sollten zeitnah erfolgen. Das Datum des letzten Arbeitstags ist in Anbetracht des restlichen Urlaubs zu ermitteln und schriftlich zu fixieren. Somit wird für beide Parteien das Austrittsdatum frühzeitig und transparent festgelegt.

Offboarding für den Mitarbeitenden:
Alle To-dos bis zum Austrittsdatum werden an den Mitarbeitenden anhand einer Checkliste weitergegeben und besprochen (siehe Punkt 6). Diese klare Struktur beugt unnötiger Hektik an den letzten Arbeitstagen vor.

Arbeitszeugnis und Referenzen:
Die eventuelle Erstellung der Arbeitsbestätigung (Agentur für Arbeit) sollte dem Steuerberater übergeben werden. Ein wohlwollendes Arbeitszeugnis wird erstellt und zur Prüfung dem Mitarbeitenden übergeben. Damit noch ausreichend Zeit für eine Korrektur bleibt, sollte dies im ersten Feedbackgespräch (Punkt 2) erfolgen. Es ist zu beachten, dass spätestens am letzten Arbeitstag alle Dokumente übergeben werden oder bei vorzeitigem Ausscheiden aus dem Unternehmen eine möglichst zeitnahe Zusendung erfolgt.

ANZEIGE

Unsere seit Jahren dauerhaft günstigen
Reparatur-Festpreise.
Qualität made in Germany.
Mehr unter
www.logo-dent.de
LOGO-DENT® Tel. 07663 3094

Offene Zahlungen:
Es wird eine Übersicht über noch ausstehende Zahlungen für den Mitarbeitenden erstellt und während des ersten Feedbackgesprächs kommuniziert.

2. Offene organisatorische Gespräche

Interne Kommunikation:
Der Abgang eines Mitarbeitenden sollte zeitnah und direkt den Kollegen kommuniziert werden, dies wirkt einer möglichen Unruhe und Gerüchten im Team entgegen. Es ist durchaus denkbar, dass der Mitarbeitende in einem kurzen Teamgespräch die Nachricht persönlich übermitteln möchte.

Erstes Feedbackgespräch:
Ein Treffen bezüglich der Abwicklung offenen Urlaubsanspruchs, Bonuszahlungen und zu prüfender Referenzen zwischen Mitarbeitendem und Führungskraft wird durchgeführt. Im Gespräch geht es ausschließlich um organisatorische Angelegenheiten. Das eigentliche Feedbackgespräch ist das Zweite.

Wissenstransfer:
In Zusammenarbeit mit den Kollegen und Vorgesetzten wird ein Prozess zur Übergabe des angesammelten Wissens angestoßen. In der letzten Woche sollte eine detaillierte Übergabe erfolgen, dieser Prozess und die Übergabe an sich dürfen unter keinen Umständen dem Tagesgeschäft zum Opfer fallen.

Kundenkommunikation:
Offboarding von Mitarbeitern mit Kundenkontakt ist immer ein schwieriger Prozess. Der Mitarbeitende sollte grundsätzlich die Möglichkeit haben, sich von Kunden zu verabschieden. Ausnahmen gibt es nur bei Rechtsstreitigkeiten mit dem Mitarbeitenden oder bei einem begründeten Vertrauensverlust. Dem Kunden sollte in der Zeit des Übergangs eine besondere Aufmerksamkeit zuteilwerden. Dies wird als wertschätzende Geste wahrgenommen und festigt die Zusammenarbeit auch in Zeiten der personellen Veränderung.

3. Offene persönliche Gespräche

Zweites Feedbackgespräch (bei Kündigung durch den Mitarbeitenden):
Erst wenn alle organisatorischen Hürden genommen wurden, sollte ein Austrittsgespräch je nach Unternehmensstruktur mit der Führungskraft, dem Geschäftsführenden oder dem Inhabenden durchgeführt werden. Das Gespräch sollte durchaus persönlich und mit den besten Zukunftswünschen gestaltet sein. Dabei wird ein separater Feedbackbogen übergeben, in dem ein ehrliches und direktes Feedback gewünscht wird. Dies dient der Früherkennung von blinden Flecken bezüglich Führungsstil und Unternehmenskultur.

Teamevent
(bei Kündigung durch den Mitarbeitenden):
Ein kleines Teamevent (Mittagessen, Kaffeerunde, Afterwork-Bier) zur Verabschiedung des Mitarbeitenden kann durchaus vom Arbeitgebenden angeregt werden. Eventuell wird ein kleines Abschiedsgeschenk vorbereitet, vorzugsweise etwas Unternehmensbezogenes.

Netzwerk pflegen:
Es werden Möglichkeiten aufgezeigt, um in Kontakt mit Kollegen und Firma zu bleiben (XING, LinkedIn etc.). Im Falle einer Kündigung durch den Mitarbeitenden wird ein „Weg zurück" angesprochen und die offene Tür zum Unternehmen kommuniziert.

4. Verabschiedung und Dokumentation

Ein letztes Mitarbeitergespräch wird auch am letzten Arbeitstag durchgeführt, um den verschlossenen Feedbackbogen in Empfang zu nehmen. Bei einer Kündigung durch den Mitarbeitenden kann durchaus darauf hingewiesen werden, eine wohlwollende Bewertung des Unternehmens (online) abzugeben. In jedem Fall wird nicht auf die volle Arbeitszeit bestanden und der Mitarbeitende nach der Mitarbeiterchecklist und der Übergabe des Firmeneigentums entlassen.

Firmeneigentum:
Vom Schlüssel zum Gebäude über mögliche Hardware wie Firmen- Handy bis hin zur Tankkarte wird das Firmeneigentum übergeben. Es wurden mögliche Account-Zugänge zu Fräszentren oder zur MDR-Dokumentationssoftware an den verantwortlichen Kollegen oder an die Führungskraft übertragen. Der Wissenstransfer wird somit abgeschlossen und entsprechend transparent dokumentiert.

Mitarbeiter-Checkliste:
Gemeinsam mit dem Mitarbeitenden wurde die Mitarbeiter-Checkliste überprüft (siehe Punkt 6).

5. Nacharbeit Offboarding

IT-Überprüfung:
Es wird noch einmal überprüft, ob tatsächlich alle Account-Zugänge gesperrt oder übertragen wurden.

Feedback:
Der Feedbackbogen wird weiterverwendet und in den kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) des Unternehmens eingebracht.

Öffentliche Kommunikation:
Die Website, die Firmenkontakte u.Ä. wurden aktualisiert und angepasst.

6. Technisches Offboarding (Checkliste für Mitarbeitenden)

Wissenstransfer:
Die Weitergabe speziellen Wissens an Kollegen ist abgeschlossen.

Private Dateien:
Auf firmeneigenen Geräten liegende private Dateien und Dokumente wurden entfernt.

Firmeneigentum:
Alle firmeneigenen Gegenstände und Arbeitsmittel (Schlüssel, Handy, Tankkarte, Instrumente etc.) wurden zurückgegeben.

Persönliche Gegenstände:
Der eigene Arbeitsplatz ist aufgeräumt und persönliche Gegenstände wurden entfernt.

Neue Anschrift (bei Umzug):
Es wurde eine neue Adresse für ausstehende Gehaltsabrechnungen oder andere Dokumente mitgeteilt.

ANZEIGE

NORITAKE SYSTEM 4.4.1
DIE EFFIZIENTE UMSETZUNG DER ÄSTHETIK BEI MONOLITHISCHEM ZAHNERSATZ

weitere Informationen

FORM 3B
DER EINFACHE WEG ZUR DIGITALEN HERSTELLUNG VON DENTALANWENDUNGEN

Der Form 3B ist ein fortschrittlicher dentaler 3D-Drucker. Mit einer Fülle an biokompatiblen Materialien lassen sich zahlreiche Dentalanwendungen drucken.

Jetzt Musterdrucke anfordern: www.goldquadrat.de/muster

GOLDQUADRAT.DE

IMMER ONLINE
DENTAL · TECHNIK · PARTNER

- DENTALLEGIERUNGEN EDELMETALLE
- CAD/CAM 3D-DRUCK
- KERAMIK ZIRKONOXID
- DESINFEKTION SCHUTZ
- DENTALZUBEHÖR
- FORTBILDUNG

TRUSTED SHOPS GUARANTEE

MIT UNS HABEN SIE GUT LACHEN!
GOLDQUADRAT

T 0511 449897-0 · info@goldquadrat.de · **www.goldquadrat.de**

Offboarding in der Sechs-Schritte-Timeline:

1. Struktur und Referenzen
2. Offene organisatorische Gespräche
3. Offene persönliche Gespräche
4. Verabschiedung und Dokumentation
5. Nacharbeit Offboarding
6. Technisches Offboarding

1 2 3 4 5 6

Kündigung durch Arbeitgebenden

Diese Offboarding-Checkliste soll eine generelle Orientierung geben, die immer wieder ergänzt und geändert werden kann. Da jeder Mitarbeitende individuelle Bedürfnisse vor und nach dem Verlassen eines Unternehmens hat, kann es keinen pauschalen Offboarding-Prozess geben.
Im Zuge einer Kündigung durch den Arbeitgebenden ist diese Checkliste differenzierter zu betrachten, nicht jeder Prozesspunkt passt in die umgekehrte Situation. Von einem Teamevent oder zu aufgeblähten Feedback-Gesprächen ist bei einer Kündigung durch den Arbeitgebenden abzuraten. Eine sachliche Kommunikation steht bei einer Kündigung durch den Arbeitgebenden im Vordergrund. Eventuell kann es zu emotionalen Reaktionen des Arbeitnehmenden kommen oder zu einer Erwartungshaltung gegenüber dem Unternehmen. Hierbei ist generell aktives Zuhören gefragt und ein wertschätzender Umgang eine Selbstverständlichkeit. Ein „offenes Ohr" oder Hilfe sollte immer angeboten werden, eventuell kann der Mitarbeitende im Kündigungsgespräch nicht alles sachlich erfassen oder ist noch nicht in der Lage, seine Wünsche zu äußern. Aus diesen Gründen sollte zu jeder Zeit Gesprächsbereitschaft signalisiert werden.

Tipps

1: Bei Bemerken eines Formfehlers (z. B. falsches Austrittsdatum) in der Kündigung des Arbeitnehmenden ist das Gespräch zu suchen. Da kaum etwas unangenehmer ist, als einen unzufriedenen „NochKollegen" im Team zu haben, ist ein wohlwollender Umgang mit dem Formfehler zu empfehlen.

2: Im Falle einer Kündigung durch den Arbeitgebenden darf kein Druck auf den Mitarbeitenden ausgeübt werden. Wenn dieser möchte, informiert hier die Führungskraft das Team.

Die hier bereitgestellten Informationen ersetzen keine individuelle Beratung. Bitte beachten Sie, dass es sich hierbei auch nicht um juristische Empfehlungen handelt, sondern um persönliche Empfehlungen bezüglich einer attraktiven Unternehmenskultur, die sich personalwissenschaftlich im Laufe der Zeit überholen können.

kontakt

Nico Heinrich
Lohstraße 9
93128 Regenstauf
Tel.: +49 176 32564230
netzwerkerdental@gmx.de

Infos zum Autor

Vorträge und Workshops zu „NEW WORK", „CHANGE IN DENTALUNTERNEHMEN" und „EMPLOYER BRANDING".