



Begleitung in die Zukunft

Authentische Weiterentwicklung weckt die eigenen Potenziale.

- Begleitung 1. Kundenorientierung oder Fit for small budget? - Mehr Beweglichkeit durch das Persönliche Budget
- Begleitung 2. Mitarbeiter und Kunden - Tauziehen um den Bedarf: Wer zieht an welchem Ende?
- Begleitung 3. Schicksal oder Strategie? – Belegungsoptimierung in sozialen Einrichtungen



Begleitung 1. Kundenorientierung oder Fit for small budget? - Mehr Beweglichkeit durch das Persönliche Budget

Situation:

Die Veränderungen in der Sozialwirtschaft werden immer sprunghafter und unkalkulierbarer. Sicher ist aber:

- Die Budgets für die soziale Arbeit werden immer kleiner.
- Der Bedarf an sozialen Dienstleistungen steigt.

Die Sozialunternehmen müssen den Rückgang der Budgets antizipieren und gleichzeitig ihre Flexibilität (Fähigkeit auf Veränderungen angemessen und schnell zu reagieren) steigern. Mit der Einführung des Persönlichen Budgets wird der Handlungsdruck auf die Einrichtungen deutlich erhöht.

Anliegen des Seminars:

Mit der Einführung des Persönlichen Budgets kann eine Kundenbindung nur durch eine konsequente Ausrichtung an den Bedarf der Kunden sichergestellt werden. Für Sozialunternehmen, die sich auf Administrativ-Kunden ausgerichtet haben, wird ein tief greifendes Umdenken erforderlich. Das Seminar will die Einrichtungen und deren Mitarbeiter in diesem Prozess unterstützen.

Inhalt:

Nach einer kurzen Analyse der derzeitigen Situation in der Sozialwirtschaft werden Konsequenzen für die Unternehmen der freien Wohlfahrtspflege abgeleitet.

Die Anforderungen werden aus den Sichten verschiedener Kunden beschrieben:

1. Sicht: der Hilfebedürftige
2. Sicht: der gesetzliche Betreuer
3. Sicht: der Kostenträger

Dabei schwingt die Frage mit: Für wen will / muss das Unternehmen und für wen will /muss der Mitarbeiter arbeiten?

Auf der Grundlage des Erarbeiteten werden gemeinsam mit den Teilnehmern Stärken-/ Schwächen-Profile der Unternehmen erarbeitet.

Was nehmen die Teilnehmer mit?

Die Teilnehmer sollen in die Lage versetzt werden, ihre Einrichtungen aus Kundensicht wahrzunehmen und Entwicklungspotentiale und –notwendigkeiten für diese Einrichtungen zu beschreiben. Dabei werden sie ermuntert, für sich konkrete Schritte zu formulieren, die kundenorientierte Veränderungen möglich machen.

Zielgruppe:

Führungskräfte aus Einrichtungen der Sozialwirtschaft

Dauer des Seminars: 1 oder 2 Tage

Zahl der Teilnehmer:

5 - 15 Personen (Es besteht auch die Möglichkeit, das Seminar als In-house-Seminar unternehmensintern oder als Kleingruppenseminar in einem Dresdener Bildungshaus durchzuführen.)



Begleitung 2. Mitarbeiter und Kunden - Tauziehen um den Bedarf: Wer zieht an welchem Ende?

Situation:

Die Mitarbeiter haben den eigentlichen Kontakt zum Kunden. Sie sind der Garant für die Kundenorientierung und die Sicherstellung der bedarfsgerechten Leistung für den Kunden. Decken sich aber der Bedarf des Kunden und der Bedarf des Mitarbeiters? Nicht nur in „Burn-out-Zeiten“ ist dies fraglich.

Anliegen des Seminars:

Es wird das (Miß-)Verhältnis zwischen Kunden- und Mitarbeiterbedarf analysiert. Es werden Wege und Coaching-Werkzeuge vorgestellt, mit denen den Mitarbeitern Raum für kundenorientiertes Handeln gegeben werden kann.

Inhalt:

- Was ist bedarfsorientiertes Verhalten?
- Bedarf aus Kundensicht und aus Sicht der Mitarbeiter – Suche nach Gemeinsamkeiten und Unterschiede
- Motivation aus Kundensicht (Was motiviert Kunden in unsere Einrichtung zu kommen?)
- Motivation aus Sicht der Mitarbeiter (Was erwartet der Mitarbeiter von seiner Arbeit? Was will er/sie erreichen? Wünsche für und an den Kunden auch abseits der gewöhnlichen Zeit- und Geldrestriktionen)
- Was motiviert Mitarbeiter zur Leistung?
- Leistungsbereitschaft und Motivation
- Motivation im Dienst des Kunden für das Unternehmen

Was nehmen die Teilnehmer mit?

Die Teilnehmer lernen Möglichkeiten der Motivation zum kundenorientierten Handeln kennen. Instrumente und Methoden werden vermittelt, mit denen Führungskräfte Mitarbeiter unterstützen können, divergierende Interessen zwischen Mitarbeiter und Kunden zu überbrücken.

Zielgruppe:

Führungskräfte aus Einrichtungen der Sozialwirtschaft

Dauer des Seminars: 1 oder 2 Tage

Zahl der Teilnehmer:

5 - 15 Personen (Es besteht auch die Möglichkeit, das Seminar als In-house-Seminar unternehmensintern oder als Kleingruppenseminar in einem Dresdener Bildungshaus durchzuführen.)



Begleitung 3. Schicksal oder Strategie? – Belegungsoptimierung in sozialen Einrichtungen

Situation:

Eine gute Belegung der Einrichtungen ist die zentrale Voraussetzung für deren Wirtschaftlichkeit und Effektivität. Nicht selten haftet der Belegung etwas Schicksalhaftes an. Es besteht der Eindruck, dass die Belegung nicht wesentlich mitgestaltet werden kann.

Anliegen des Seminars:

In dem Seminar werden Wege aufgezeigt, wie die Einrichtung bzw. der Träger der Einrichtung aktiv die Auslastung / Belegung verbessern können.

Inhalt:

1. Was ist eine gute Belegung?
(X % Auslastung?, eine bestimmte Klientel?, eine „gesunde“ Mischung?)
Definition von Zielgrößen
2. Woher kommen „meine Leute“?
Identifikation von Belegungsquellen
3. Stärkenorientierte Werbung
Was sind meine Stärken? / Was sind meine Schwächen?
4. Analyse des Belegungsprozesses
Wann beginnt die Belegung?
Wer ist beteiligt?
Wer belegt formal und wer belegt wirklich?
Welchen Einfluss hat die Einrichtung bzw. deren Mitarbeiter auf die Belegung?
5. Erarbeitung konkreter Maßnahmen zur Belegungsoptimierung
Einführung von Verfahren zur strategischen Verbesserung der Auslastung bzw. Belegung der Einrichtungen

Was nehmen die Teilnehmer mit?

Kenntnisse über die verschiedenen Möglichkeiten die Belegung der Einrichtung aktiv zu beeinflussen. Einrichtungseigene, bereits vorhandene Potentiale können identifiziert werden. Deren Einsatz und deren Verstärkung kann durch die Entwicklung einer eigenen Belegungsstrategie ermöglicht werden.

Zielgruppe:

Führungskräfte aus Unternehmen und Einrichtungen der Sozialwirtschaft

Dauer des Seminars: 1 oder 2 Tage

Zahl der Teilnehmer:

4 - 12 Personen (Es besteht auch die Möglichkeit, das Seminar als In-house-Seminar unternehmensintern oder als Kleingruppenseminar in einem Dresdener Bildungshaus durchzuführen.)