



Success through people

In einem dienstleistungsorientierten Unternehmen konkurrieren Teilnehmer um Talente und Kunden

Bei Celemi Tango™ treten Teilnehmer in Teams in einen Wettbewerb zueinander. Die Teams übernehmen die Rolle eines Management-Teams: Finanz-, Produktions-, Marketing- und Konzernleitung. Sie unternehmen den Versuch, in einem schnelllebigen Markt Kunden und qualifizierte Mitarbeiter für sich zu gewinnen.

Die Haupt-Herausforderung besteht darin, sowohl das immaterielle als auch das materielle Vermögen des Unternehmens zu vergrößern und die langfristige Rentabilität sicherzustellen.

Jede Firma ist am Anfang klein und überschaubar, doch der Markt wächst schnell. Der Erfolg ist von der Fähigkeit des Management-Teams abhängig, ein agiles, jedoch gleichzeitig auch stabiles Unternehmen aufzubauen. Die Teams müssen

- eine lebendige Unternehmenskultur schaffen
- die richtigen Mitarbeiter für sich gewinnen, ihre Kompetenz vergrößern – und in dieser Form behalten
- die gewünschte Kundengruppe gewinnen und an sich binden;
- Ressourcen durch Beobachtung von Bilanzen und Leistungs-Kennzahlen umsichtig einsetzen
- Kompetenzen sinnvoll in unternehmenseigene Werkzeuge und Prozesse umwandeln



SCHLÜSSELTHEMEN

- Kunden & Talentmanagement
- Strategie
- Leadership
- Wettbewerbspositionierung



TEILNEHMER

Mitarbeiter von Dienstleistungs- oder auf Fachwissen angewiesenen Unternehmen.



TEILNEHMERZAHL

Sechs konkurrierende Teams, 18-24 Teilnehmer pro Trainer. Es können mehrere Seminare gleichzeitig abgehalten werden.



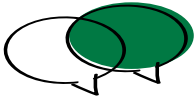
MATERIAL

Analoge Arbeitsmatte, digitale Auswertung



ZEITBEDARF

1-2,5 Tage, entsprechend einem Zeitraum von bis zu 7 Geschäftsjahren.



Was unsere Kunden sagen

„It was great to see many of our managers engaged in Tango. The key issues that Tango focuses on are so real in our business.“

– Manager, Cap Gemini

- Konkurrenten davon abhalten, die besten Mitarbeiter und Kunden abzuwerben
- Umsatz machen und Renditen erzielen

Wer hat etwas davon?

Celemi Tango™ ist positionsübergreifend für alle Arbeitnehmer von Organisationen konzipiert, die ihr Geschäft auf der Kompetenz ihrer Mitarbeiter aufbauen. Zum Umfang gehört unter anderem:

- Einbringung, Beobachtung oder Bewertung der immateriellen Güter eines Unternehmens
- Aufbau eines Dialogs und gemeinsamen Bezugsrahmens zwischen Administration und operativen Business (z.B. Projektmanagern)
- Ausbau der Fähigkeiten von Vorgesetzten und Teams der Personalabteilungen in Bezug auf die strategische Anwerbung, den Aufbau und die Bindung von Kompetenzträgern
- Festlegen einer organisationsseitigen Geschäftsstrategie und Bestimmen der bevorzugten Kundengruppen

Schlüsselergebnisse

Die Teilnehmer lernen

- das immaterielle Gesamtvermögen ihres Unternehmens zu bemessen und zu vermarkten
- Kunden gezielter zu werben
- Kunden und Mitarbeiter so aufeinander einzustellen, dass die „Chemie“ sowie die Leistungsfähigkeit und Rentabilität auch auf lange Sicht stimmt.
- ein Gleichgewicht zu finden zwischen kurzfristigen Zielen und erfolgreicher Langzeitplanung
- zu beurteilen, ob ein Mitarbeiter von seiner beruflichen Laufbahn her zur Gesamtstrategie des Unternehmens passt



SCHLÜSSELKONZEPTE

Marktanteil
 Kapazitätsauslastung
 Erhöhung des materiellen und immateriellen Vermögens
 Rentabilität
 Markenimage und Markenreputation
 Kompetenzentwicklung
 Wachstumspotential von Mitarbeitern
 Mitarbeiteranwerbung und -bindung
 Teamwork
 Verbesserung von Prozessen
 Forschung & Entwicklung