

Wie Sie Zuständigkeiten im Maklerbüro besser verdeutlichen

Worum geht es? Beschäftigen Sie in Ihrem Maklerbetrieb den ersten Mitarbeiter, beginnt es eigentlich erst spannend zu werden. Häufig wird der oder werden die Mitarbeiter nicht eindeutig für einzelne Aufgaben verantwortlich gemacht. Der Inhaber scheut sich vor der 100%-igen TATSÄCHLICHEN Abgabe von Aufgaben. Das Ganze führt dann in Beratungen oft zur freundlich klingenden Aussage „Wir sind ein Team. Wir helfen uns gegenseitig ...“

Oft steckt hinter einer derartigen Formulierung eher das Resümee „Wir sind noch komplett unorganisiert, eigentlich total chaotisch ...“. Um nicht missverstanden zu werden: Gegenseitiges Unterstützen, Arbeiten im Team etc. ist gut und richtig. Es sollte aber nicht dazu führen, dass immer wieder unorganisiert jeder alles macht.

Zwei Gründe für die Visualisierung der Organisation

Für eine Visualisierung der internen Organisation mit durchdachter Aufgabenzuordnung gibt es zwei Gründe:

1. Sie möchten intern die Aufgabenzuordnung für alle verbindlich und erkennbar festlegen, damit sich niemand aus der Verantwortung stehlen kann. Ganz im Gegenteil: Jeder Mitarbeiter hat klar erkennbar seine eigenen Segmente, für die er zuständig ist.
2. Sie möchten nach außen für Ihre Kunden die verschiedenen Ansprechpartner benennen, damit der Kunde bei den verschiedenen Anliegen gleich bei dem richtigen landet. Dies hat zusätzlich den Vorteil, dass Sie „Ihr organisiertes Arbeiten“ vermarkten.

Ihr internes Organigramm sollte die wichtigsten Aufgabenbereiche (Terminierung, Beratung/Verkauf, allgemeiner Kundenservice, Schadenbearbeitung, Marketing/PR, Rechnungswesen, Mitarbeiterführung usw.) beinhalten. Unter diesen Aufgabenbereichen führen Sie die einzelnen Aufgaben auf und nennen den verantwortlich zuständigen Mitarbeiter. Ideal ist – statt Namenskürzel – ein Bild des Mitarbeiters.



Von Steffen Ritter

Steffen Ritter ist Geschäftsführer des IVV Institut für Versicherungsvertrieb, des Institut Ritter und Mitinitiator des Jungmakler Awards. In AssCompact behandelt er in Folge Themen, die – nicht nur, aber insbesondere – für junge Makler und Maklerinnen wichtig sind.

Alle Infos zum Jungmakler Club unter:
www.jungmakler.de/club

Wenn Sie gar nicht so richtig wissen, wie Sie das Thema angehen sollen, tragen Sie am besten zu Beginn gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern alle Aufgaben zusammen. Sortieren Sie diese dann in die bei Ihnen vorliegenden Aufgabenbereiche. Schnell werden Sie merken, welche Bereiche und Aufgaben noch unorganisiert sind, welcher Mitarbeiter alle seine Aufgaben gar nicht schaffen kann etc. Dann geht es an die Neuplanung. Lesen Sie hierzu mein Buch „Die Entwicklung Ihres Unternehmens“. Es beinhaltet alle Vorlagen für Ihre Erarbeitung, vielfältige Anregungen und eine zehnstufige Schrittfolge, die Ihnen weiterhelfen wird.

Organigramm soll Kunden lenken und informieren

Wenn Sie ein Organigramm für Ihre Kunden erstellen, bedenken Sie die verschiedenen Nutzenaspekte. Nehmen Sie zum einen alle Anlässe auf, deretwegen Kunden auf Sie zukommen. Denken Sie zum anderen auch daran, wohin Sie Ihre Kunden lenken wollen. Möchten Sie zum Beispiel verstärkt Cross-Selling in Sparte XY vornehmen, spricht nichts dagegen, für die Sparte XY den Ansprechpartner explizit zu benennen. Möchten Sie mehr und mehr bei Freiberuflern Fuß fassen, heben Sie die Zielgruppe „Freiberufler“ als Aufgabenbereich hervor.

Bereits die erste Visualisierung per Organigramm bringt oft schon Licht ins Dunkel. Der Nebel der ganzen Aufgaben, in dem Sie stecken, nimmt ab, wenn Sie alles vor sich sehen und Schritt für Schritt durchdenken.

Setzen Sie zusätzlich (statt nur den Namen) Fotos der Mitarbeiter neben die Aufgaben, werden diese ihre Aufgaben noch stärker als „die eigenen“ wahr- und annehmen. Schöner Nebeneffekt: Steht der nächste Wachstumsschritt bei Ihnen an, können Sie am Organigramm ableiten, welche Aufgaben ein weiterer Mitarbeiter übernehmen kann. ■