

Das "Pushen" von Kompetenzakten: eine verwerfliche Praxis der IT-Dienstleister, die der gesamten Branche schadet

Frédéric Le Pennec · 1. November 2024



Das massenhafte Pushen von Kompetenzakten untergräbt das Vertrauen der Kunden, verschlechtert den Ruf der IT-Dienstleister und diskreditiert den Beruf des Business Managers. Dieser Artikel zeigt, warum ein gezielter und qualitativer Ansatz unerlässlich ist.

In der Welt der IT-Dienstleister und Beratungsunternehmen ist die Praxis des Pushens von Kompetenzakten – bei der massenhaft Profile von Beratern an potenzielle Kunden ohne wirkliche Personalisierung gesendet werden – weit verbreitet. Obwohl sie auf den ersten Blick eine effektive Methode zur Erhöhung der Vermittlungschancen zu sein scheint, wird diese Praxis zunehmend kritisiert. Nicht nur, dass dieser Ansatz das Vertrauensverhältnis zwischen Kunden und IT-Dienstleistern beeinträchtigt, sondern er trübt auch das Image der gesamten Branche. Warum hält diese Praxis an, obwohl ihre negativen Effekte, obwohl oft unsichtbar, doch sehr real sind?

Das Pushen von Kompetenzakten: ein Ansatz, der die Profession diskreditiert

Das Pushen von Kompetenzakten wird von vielen Kunden als aggressiv und respektlos wahrgenommen. Anstatt sich in ein genaues Verständnis der spezifischen Bedürfnisse zu investieren, entscheiden sich einige IT-Dienstleister dafür, massenhaft Profile zu senden, in der Hoffnung, dass eines davon passt. Diese Methode, die auf Volumen statt auf Relevanz setzt, erweckt den Eindruck,

dass die Business Managers nur daran interessiert sind, Berater zu platzieren, ohne sich wirklich um die Problematik des Kunden zu kümmern.

Dieser Ansatz untergräbt die Glaubwürdigkeit der gesamten Profession. Tatsächlich bezeichnen einige Kunden die Business Managers als "Fleischhändler", ein Ausdruck, der das Gefühl widerspiegelt, dass sie mehr an der Quantität der zu "platzierenden" Berater als an der Qualität der Einsätze und der Übereinstimmung der Kompetenzen mit den Bedürfnissen der Unternehmen interessiert sind.

Die unsichtbaren, aber verheerenden Auswirkungen: Blacklisting und verschlechterter Ruf

Eine der Hauptgefahren des Pushens von Kompetenzakten liegt in seinen negativen, oft unsichtbaren und daher von den Business Managers vernachlässigten Auswirkungen. Wenn die Kunden wiederholt irrelevante Profile erhalten, entwickeln sie zunehmend eine gewisse Übersättigung, ja sogar eine Verärgerung. Dies führt allmählich zu einem Phänomen des **Blacklistings**: Der Kunde äußert sich nicht darüber, hört aber einfach auf zu antworten, die Vorschläge zu lesen oder den IT-Dienstleister als potenziellen Partner zu betrachten. Der Business Manager erhält keine Antworten mehr und denkt einfach, dass sich die Gelegenheit nicht ergeben hat, während er in Wirklichkeit das Vertrauen des Kunden endgültig verloren hat.

Dieser Effekt ist kurzfristig unsichtbar, aber seine Auswirkungen können langfristig verheerend sein. Er erscheint nicht in den Leistungskennzahlen, was viele IT-Dienstleister dazu verleitet, diese Konsequenzen in der Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen zu vernachlässigen. Doch der verschlechterte Ruf bei mehreren Kunden kann nach und nach dazu führen, dass ein IT-Dienstleister von bestimmten Marktsegmenten ausgeschlossen wird oder seine zukünftigen Chancen einschränkt.

"Auf ein Missverständnis hin könnte es funktionieren": die Mentalität hinter dem Push

Aufseiten der Business Managers wird diese Praxis oft durch ein Gefühl der Hilflosigkeit gerechtfertigt. Wenn sie keinen Termin mit einem potenziellen Kunden vereinbaren können oder die Person, an die sie die Akten senden, niemals getroffen haben, sehen sie im Push oft keinen Unterschied. In ihrem Kopf haben sie "nichts zu verlieren" und "alles zu gewinnen", indem sie ein paar Lebensläufe senden in der Hoffnung, dass "auf ein Missverständnis hin, es funktionieren könnte". Es ist diese Logik des "alles zu gewinnen, nichts zu verlieren", die diese riskante Strategie vorantreibt.

Dieses Denken, obwohl irrational, ist eine Möglichkeit für einige Business Managers, Untätigkeit oder den Mangel an direkter Beziehung zum Kunden zu rechtfertigen. Indem sie massenhaft Profile senden, haben sie das Gefühl, etwas zu tun, um Aufmerksamkeit zu erregen, auch wenn dieser Ansatz langfristig zum Scheitern verurteilt ist. Dabei vergessen oder ignorieren sie die negativen Auswirkungen auf das Image des Unternehmens und auf ihre eigene Glaubwürdigkeit bei den Kunden.

Wenn das Pushen durch die Unternehmensleitung erzwungen wird: negative Auswirkungen auf die Motivation der Business Managers

Es ist auch wichtig zu betonen, dass diese Praxis nicht immer das Ergebnis individueller Entscheidungen der Business Managers ist. In einigen IT-Dienstleistern zwingt die

Unternehmensleitung Ziele für das Pushen von Akten auf, manchmal ohne Berücksichtigung der tatsächlichen Situation oder des Kenntnisstands des potenziellen Kunden. In diesen Fällen sind die Business Managers gezwungen, eine Strategie umzusetzen, der sie möglicherweise nicht notwendigerweise zustimmen, die sie aber ausführen müssen, um ihre Quoten zu erreichen oder Sanktionen zu vermeiden.

Diese Vorgabe seitens des Managements hat schädliche Auswirkungen auf die Motivation der Business Managers, die schließlich ihren eigenen Beruf abgewertet sehen. Anstatt sich in der Position eines strategischen Beraters zu fühlen, der in der Lage ist, maßgeschneiderte Lösungen für die Kunden zu bieten, haben sie das Gefühl, lediglich als Ausführende einer quantitativen Verkaufspolitik zu agieren. Dies erzeugt ein Gefühl der Frustration und Unvereinbarkeit mit der ursprünglichen Vorstellung von ihrem Beruf, was zu einem Bedeutungsverlust und einem allmählichen Desengagement führen kann.

Eine notwendige Alternative: ein gezielterer und qualitativ hochwertigerer Ansatz

Angesichts der Missstände des Pushens von Akten ist es essentiell, eine qualitativ hochwertigere Strategie zu verfolgen, die sich auf das Verständnis der Kundenbedürfnisse konzentriert. Anstatt massenhaft Profile zu senden, sollten die Business Managers einen durchdachteren Ansatz bevorzugen, indem sie sich die Zeit nehmen, die potenziellen Kunden zu treffen, die spezifischen Herausforderungen jeder Mission zu verstehen und perfekt passende Profile vorzuschlagen. Diese gründliche Arbeit ermöglicht nicht nur eine Stärkung der Kundenbeziehung, sondern auch die Optimierung der langfristigen Erfolgchancen.

Ebenso ist es wichtig, eine konstante und transparente Kommunikation mit den Beratern aufrechtzuerhalten. Bevor ihr Profil einem Kunden vorgeschlagen wird, ist es unerlässlich, sicherzustellen, dass die Mission ihren Erwartungen und Fähigkeiten entspricht. Dieser respektvollere Umgang mit dem menschlichen Faktor wird die Motivation der Berater stärken und das Image des IT-Dienstleisters verbessern.

Das Pushen von Kompetenzakten mag auf den ersten Blick eine einfache Lösung für den kurzfristigen Erfolg erscheinen, ist jedoch eine verwerfliche Praxis, die das Ansehen der IT-Dienstleister und Beratungsfirmen schädigt, die Geduld der Kunden strapaziert und die Berater demotiviert. Auch wenn einige Business Managers diesen Ansatz rechtfertigen, indem sie denken, dass sie nichts zu verlieren haben, sind die unsichtbaren Konsequenzen, wie Blacklisting oder der Vertrauensverlust, sehr real. Wenn sie von der Geschäftsleitung erzwungen wird, kann diese Praxis auch die Motivation der Business Managers beeinträchtigen, indem sie sie zu bloßen Ausführenden gedankenloser kommerzieller Strategien reduziert. Es ist an der Zeit, zu einer qualitativ hochwertigeren Strategie überzugehen, die auf die Personalisierung und Relevanz der Vorschläge setzt, um dem Beruf des Business Managers seine volle Legitimität und seinen Wert zurückzugeben.