

Irrtum „Erfahrung“

Auf der Spur einer der größten Verschwendungen im Channel.

Worum geht es heute?

Es geht um die Frage, ob **Erfahrung** bei Channel-Mitarbeitern ein wichtiger Erfolgsfaktor ist oder nicht eher ...

eine **systematische, von „oben“ gestützte Verschwendung im ganz großen Stil.**

Zuerst einmal die Perspektive klären

Perspektive des **Mitspielers**

- er/sie glaubt, dass es nur die eine Art gibt, das Channel-Business zu betreiben
- alle Wettbewerber glauben dasselbe und agieren entsprechend gleich
- diese Führungskraft geht also davon aus, dass dies die Spielregeln des Channel-Business sind und man sie befolgen muss

Perspektive des **Game-Changers**

- er/sie weiß, dass es nur ganz wenige echte Spielregeln gibt
- der Rest sind nur Gepflogenheiten, die sich eingebürgert haben
- diese Gepflogenheiten kann man getrost brechen und so operative, taktische oder sogar strategische Vorteile zu erlangen

Anmerkung: ich praktiziere seit vielen Jahren – quasi als Guerilla-Game Changer – systematisches Regelbrechen in all meinen Channel-Projekten!

Was ist „Erfahrung“?

Wenn man das Business konzeptionell einmal als Spiel begreift (siehe „Mitspieler“ bzw. „Game Changer“), was mittlerweile in immer weiteren Kreisen von Forschung und Praxis anerkannt ist, kann man Erfahrung als

die Kenntnis der Spielregeln und den praktischen Umgang damit definieren.

Also die Beherrschung der einen, DER Art und Weise, wie Channel-Business betrieben wird.

Ist Erfahrung Verschwendung?

Denken Sie doch einmal über folgendes nach:

1. Da Erfahrung auf der **falschen Gewissheit** beruht, dass es nur die eine Art gibt, das Channel-Business zu betreiben, geht der Wert dieser Erfahrung eher gegen Null.
2. Wenn diese Art der Erfahrung wenig Wert hat, dann sind erfahrene Channel-Mitarbeiter **deutlich zu teuer**.
3. Wenn das Channel-Business genauso wie der Wettbewerb betrieben wird, kommt es **zwangsläufig zu einem verschwenderischen Wettrüsten**.
4. Erfahrene Mitarbeiter können **viel besser verschwenden** als unerfahrene.

Ist die Verschwendung systematisch?

Hier ein ganz klares Votum von mir: **JA!**

Die **falsche Gewissheit**, auf der sie beruht, zieht sich durch alle **Hierarchieebenen** und **Abteilungen**.

Beispiel Mitarbeiter: Die falsche Gewissheit bildet die Basis für Einstellungskriterien, Einstellungen, Gehälter, Beförderungen, Weiterbildungsmaßnahmen und Aktivitäten in der Channel-Abteilung genauso wie bspw. im Marketing.

Und das Paradigma Erfahrung wird von den **Auserwählten** (diejenigen, die diese Erfahrung *besitzen* und an die Schaltstellen im Unternehmen gelangt sind) **kultiviert** und mit aller Macht **verteidigt**.

Verschwendung im großen Stil?

Über wie viel Geld reden wir eigentlich? Nur ein kleines Beispiel, was ein Unternehmen einsparen kann, wenn es bewusst Erfahrung reduziert:

- **Senior PAM** durch **Junior PAM** ersetzen: Ersparnis €100.000
- **Partner Manager** durch einen **Quereinsteiger** ersetzen: Ersparnis €40.000

Anmerkungen:

1. *Die Erfahrung zeigt, dass mit einem gezielten, 2-wöchigen Coaching-on-the-Job weder Performance noch Qualität durch das Downgrade leiden.*
2. *Die Gehaltskosten sind Durchschnittswerte für 2023, erhoben in Gehalts- oder Jobportalen. Alle Beträge sind Total Cost of Employment (TCE) pro Person und p.a.*

Und jetzt?

Mit der richtigen „Denke“ lassen sich bei jedem Hersteller noch eine ganz Menge weiterer Kostensenkungspotenziale identifizieren, die die Führungskräfte, allen voran CEO und sein CFO, aus Prinzip nicht erkennen können.

Hier kommen **externe Spezialisten** ins Spiel ...

Über mich

Meine Vision ist der “Entfesselte Channel”: eine Channel-Organisation, die sich von selbstverordneten Wachstumsbeschränkungen, falschen Denkweisen und wenig wirksamen Handlungsmustern befreit – angestoßen und begleitet von CxOs, die entschlossen sind, als “Game Changer” sicht- und spürbare Akzente und ganz neue Maßstäbe hinsichtlich nachhaltigem und profitablen Wachstum zu setzen.

Diese Vision kann für jeden Software-Hersteller schnell und einfach Realität werden, denn sie beruht auf meinen in den vielen Projekten gewonnenen Erkenntnissen über die Möglichkeiten, die Game Changing oder das bewusste Regelbrechen bietet – besonders für kleine und mittelständische Software-Hersteller.



michael@alliance-bliss.com

www.alliance-bliss.com