

Maria Kopelent – Leistungsspektrum und Konzept

Maria Kopelent, geb. 1960 in München, Diplom-Psychologin, Beraterin und Unternehmensentwicklerin mit Sitz in Regensburg.

Seit 1988 arbeitet sie nach dem von ihr entwickelten, ganzheitlichen Ansatz der Unternehmensentwicklung mit der Wirkungsanalyse zum Bild des Unternehmens und der Wirkungsspirale, dem anschließendem Veränderungsprozessmanagement, in Deutschland, Europa, USA in der Wirtschaft. Siehe auch: Das ganzheitliche Produkt „Ihr Schlüssel zum Kunden“ zur Optimierung der Kundenbeziehung und der internen Ausrichtung und Kooperation. Schwerpunktthemen innerhalb einer Unternehmensentwicklung oder separater oder ergänzender Module: Wirkungsanalyse, Veränderungsbegleitung, Teamentwicklung, Mediation, Einzelberatung und Persönlichkeitsanalyse, systemische Einstellungsgutachten.

Maria Kopelent begreift ein Unternehmen als System, das – ähnlich einem Menschen – eine Persönlichkeit entwickelt. Der Ansatz der Wirkungsanalyse zeigt, wie dieses komplexe System in der Gegenwart funktioniert und wie es in Zukunft noch besser funktionieren könnte: Das Mögliche ist das Wirkliche. Die Wirkungsspirale stellt dabei die Veränderungsbegleitung zur Wirkungsanalyse dar.

Da sie nicht dem Unternehmen angehört, verfügt Maria Kopelent über die notwendige Distanz; sie kann die Dinge sozusagen von außen und durch die Augen verschiedener Gesprächspartner betrachten. Ihre Haltung gegenüber Auftraggebern und Gesprächspartnern ist dabei wohlwollend neutral und konstruktiv.

Wirkungsanalyse

Wirkungsanalysen sehen das Unternehmen als System, das wie ein Mensch eine eigene Persönlichkeit entwickelt. Der Ansatz ist eine Synthese aus Systemtheorie, qualifizierter (Markt-) Forschung, Beratung zur Identität und den Entwicklungsmöglichkeiten. Es geht um die Gestalt und den Wandel des Unternehmens, darum, Festgefahrenes aufzulösen, Verbesserungen nachhaltig zu begreifen und gemeinsam neue Wege zu gehen.

Dazu wird ein individuelles Unternehmensbild erstellt. Strukturen zwischen dem Unternehmen und seinen Kunden, Partnern und Mitarbeitern werden transparent gemacht. Die Wirkungsanalyse hilft auch die eigene Unternehmensidentität besser zu erkennen, was einen besseren Umgang mit Kunden und Mitarbeitern ermöglicht. Und in Anlehnung daran, neben der Veränderung der Haltung, konkrete Vorschläge im Detail, z.B. zu Kommunikation und Information, Leitbild, Messeauftritt, VIP-Mailings und vieles mehr.

Ihr Schlüssel zum Kunden – Optimierung der Kundenbeziehung

Dieses Beratungsprodukt stellt seit 2002 die Einbindung des Ansatzes der Wirkungsanalyse und der Wirkungsspirale, der Veränderungsbegleitung, in einen in sich geschlossenen und methodischen Gesamtprozess. Neu ist die interaktive und integrative Einbindung der Kunden, also nicht nur über Tiefeninterviews, sondern über individuelle Dialog-Workshops. Es geht darum, (internationale) Kundenbeziehungen zu verbessern, Prozesse zu erleichtern und die Zusammenarbeit hierarchie- und funktionsübergreifend zu koordinieren.

Die Internationalisierung des eigenen Unternehmens, der Kunden oder der Zulieferer erfordert regelmäßig länderübergreifende Projekte und Umstrukturierungen. Das Vorgehen zielt auf eine Optimierung der Kundenbindung und damit auf eine Steigerung der Wertschöpfung durch die Integration der Bedürfnisse und Veränderungserfordernisse von Kunden bzw. Lieferanten. Es sichert so passend zur Veränderung des Kunden eine adäquate Veränderung des eigenen Unternehmens. Die innere Logik mit wechselseitigen Dynamiken im Gesamtsystem Hersteller-Kunde wird transparent. Intern wird die Sensibilität für das spezifische Gleichgewicht solcher Beziehungen und das Verständnis unterschiedlicher Unternehmens- und Arbeitskulturen gefördert und damit die Produktivität der Zusammenarbeit gesteigert.