

Positionsprofil – Checkliste

Checkliste als Basis zur Erstellung eines Positionsprofils

Diese Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie ist branchenunabhängig einsetzbar. Abhängig von der Unternehmensgröße und –struktur kann die eine oder andere Frage möglicherweise entfallen.

1. Das Unternehmen

- a) Unternehmensphilosophie, Mission und Vision
- b) Skizzierung der Geschäftsfelder, Geschäftszweck
- c) Angaben über die Rechtsform
- d) ggf. organisatorische Hinweise wie z.B. L.O.B., Spartenorganisation oder Profit-Center-Organisation etc.
- e) ggf. Hinweis auf Gründung
- f) Hinweise auf MA-Zahl und Umsatz, Dienstsitz
- g) Prozesse, z.B. wie werden Aufträge abgewickelt
- h) Marktpositionierung
- i) Über welche Kanäle wird verkauft, was wird verkauft
- j) Gibt es einen BR
- k) Führungsstil, Unternehmenskultur, Leitbilder
- l) Durchschnittsalter

2. Die Produkte

- a) Kurze Skizzierung des Angebots, Produkte und/oder Dienstleistungen
- b) Kurze Beschreibung des Marktes (Teilmarkt, flächendeckend, Branchen etc.)
- c) ggf. Ziele, die im Markt erreicht werden sollen (Marktanteile oder Wachstumsraten)
- d) Angaben über die Mitbewerbersituation
- e) Wie hoch sind die Deals im Durchschnitt (wichtig für Positionen im Vertrieb)

3. Die Aufgabe

- a) Stellenbezeichnung und Beschreibung der Hauptaufgabe/Hauptaufgabengebiete
- b) Verantwortlichkeiten und Berechtigungen, Kompetenzen
- c) Für welche Produkt- und/oder Marktbereiche ist die Person verantwortlich
- d) Zweck bzw. Hauptziele der Funktion.
- e) ggf. Teilaufgaben näher beschreiben, wie z.B. Projektmanagement, Vertrieb etc.
- f) Berichtswege, Leitungs- und/oder Unterstellungsfunktion
- g) ggf. erwartete Mitarbeit in anderen Bereichen
- h) Bei Verkäufern: Eher Projektgeschäft oder Einzelverkauf; Hunter oder Farmer; Neukundengewinnung oder Bestandskundenmanagement
- i) Alle Gebiete oder teilweise über Partner
- j) Wie ist die Gebietseinteilung? Sind die Gebiete aufbereitet oder Beginn from scratch?
- k) Wer sind die bevorzugten Ansprechpartner in den Kundenunternehmen

4. Die Person

- a) Voraussetzungen zur Übernahme der Aufgabe
- b) Qualifikation und Ausbildung
- c) Methoden- und Fachkompetenz (GPM)
- d) Persönlichkeits- und Sozialkompetenz
- e) benötigte Medienkompetenz, wenn erforderlich (z.B. auch Social Media)

- f) erforderliche Kompetenz im mündlichen und schriftlichen Ausdruck
- g) Ranking der Qualifikation und Ausbildung nach Wichtigkeit (Bewertungsmatrix)
- h) Entwicklungsmöglichkeiten
- i) Was sind die Erfolgs kritischen Faktoren, wie wird der Erfolg gemessen
- j.) Was ist die größte Herausforderung in dieser Position. Was ist die größte Erwartungshaltung?
- k.) Gibt es eine oder mehrere „Benchmarkperson/en“ Was steht in den Lebensläufen von Personen, die diese Aufgabe bereits ausführen? Keine Namen, nur die Fakten bitte. Wo gab es bisher Probleme?

5. Hintergrundinformationen (variieren von Position zu Position). Hier beispielhaft für IT-ler

- a) Wie ist die IT-technologische Strategie des Unternehmens
- b) Wie sieht die IT-Infrastruktur des Unternehmens aus
- c) Welche Datenbanken sind im Einsatz
- d) Gibt es in der Anwendungsentwicklung einen standardisierten Softwareentwicklungsprozess. Wenn ja, wie sieht der aus
- e) Welche Programmiersprachen werden eingesetzt
- f) Welche SW-Entwicklungstools werden verwendet
- g) Welche SW-Testmethoden werden eingesetzt, welche Produkte

6. Darstellung bzw. Aufzählung der unmittelbaren Aufgaben (Einarbeitung)

- a) kurzfristig, nach der Einstellung
- b) langfristig und dauerhaft

7. Sonstiges

- a) Kompensation (Fix/Variabel, Jahres-EK, Fzg., Versicherungen, Aktienoptionen etc.)
- b) Wie hoch ist die Quote
- c) Sozialleistungen
- d) Eintrittsdatum
- e) Dienstsitz, HomeOffice
- f) Berufliche Perspektiven

8. Wie ist der interne Prozess

- a.) an wen die Unterlagen schicken
- b.) welches Medium, elektronisch oder per Post
- c.) wie viel Zeit wird intern in der Regel für eine Entscheidung benötigt
- d.) Bewerbungen reinschicken, wie sie kommen oder en Bloc