

Historiskt

Historiskt har projektledaren [PL] varit en tekniker eller en administratör. PL har inte haft någon säljferenhet och kunden har refererats som "dom där borta". Projektledaren har ofta fått ett ofärdigt paket som någon annan ansvarat för. Projektets koppling till företagets affärsidé har som bäst varit svag

Olika roller sedan länge

Historiskt har det varit stor skillnad på vad en projektledare ska ha för egenskaper - som en säljare eller en tekniker. Tyvärr finns det fortfarande stor skillnad hos många företag. Dock inte hos de bästa - de har fattat vad det handlar om.

Säljaren

- Utåtriktad
- Relationsorienterad
- Kontaktskapande
- Möter kundens behov

Teknikern

- Inåtriktad
- Resultatorienterad
- Kunskapsskapande
- Bra teknisk lösning

Var syns projektledaren idag?

En modern projektledare förbättrar ekonomin hos alla parter genom,

- › Snabbare projekt / resultat
- › Lägre kostnader
- › Skapar nya affärer - goodwill
- › Vidgar kundens värde inom givna ramar
- › Genomför projekt inom väl definierade ramar
- › Ifrågasätter inte affärsmässiga projekt

Idag ..

Även säljare blir PL och PL kan bli säljare.

Bredare kompetens i toppen och PL blir en "key man".

Bättre juridisk/ekonomisk kompetens skapar nya karriärmöjligheter.

Fokus mot lönsamhetsstyrning innebär att flera personer har kundkontakter.

Mot kund- & processtänkande bidrar till projektets lönsamhet.

Egenskaper

Det ställs stora krav på en projektledare som ska inneha multipla positiva egenskaper.

- › God förhandlingsteknik, planering & ledning
- › Kan presentera & sälja en idé
- › Skapar & utvecklar relationer
- › Kunskap om sin bransch
- › Kan genomföra beslut
- › Vilja att ge av sig själv

Kunskap

Kunden [brukaren av lösningen] sätt i centrum.

- Vem är kund?
- Kundens affärsidé?
- Vem är kundens kund?
- Kundens situation?
- Projektets betydelse värde?
- Kundens informella organisation?

Hörnstenar

Projektet bygger på fyra hörnstenar,

- Sakkunskap
- Sympati
- Beslutspåverkan
- Vilja

Sakkunskap

- Det egna företaget
- Produkten/projektet
- Kunden

Sympati

- Köper idéer
- Känner igen

Beslutspåverkan

- Styr samtalet
- Övertygande

Vilja

- Gör - i stället för - vi bord

Intern marknadsföring

- Samarbete mellan offert & sälj
- Ett rejält överlämnande
- PL formar projektet, här & nu!
- Tydliga , kända väl definierade resultatbegrepp
- Vidareförsäljning
- Ekonomiska incitament