

— ANXΩ —
A k a d e m i e

Seminarprogramm

2021

Inhaltsverzeichnis

Einführung	5
Ein Vorwort zur ANXO Akademie	5
Was macht unsere Seminare besonders?	7
Die Trainer der ANXO Akademie	8
1 Strategie und Management.....	12
1.1 Management Development Programm	13
1.2 Grundlagen des Change Management	14
1.3 Setup Digital Unit	15
2 Führung	16
2.1 Grundlagen der Mitarbeiterführung	17
2.2 Führen von Mitarbeitergesprächen	18
2.3 Erfolgsfaktoren der Verhandlungsführung	19
2.4 Kündigungsgespräche kompetent konzipieren und führen	20
3 Leadership und Soft Skills.....	21
3.1 Effiziente und zielgerichtete Kommunikation.....	22
3.2 Zeit- und Selbstmanagement.....	23
3.3 Moderation von Workshops und Meetings.....	24
3.4 Persönlichkeitsseminar: Create your own personal brand.....	25
3.5 Corporate Culture – Unternehmenskultur verstehen und verändern.....	26
4 Digitalisierung	27
4.1 Einführung in die Digitalisierung	28
4.2 Umgang mit Online-Betrug.....	29
4.3 Grundlagen und Geschäftsmodelle des E-Business.....	30
4.4 Customer Touchpoint-Management	31
4.5 Chatbot Implementierung	32
5 Marketing.....	33
5.1 Social Media Management B2B	34
5.2 Digitales Marketing Monitoring B2B.....	35
5.3 In 5 Schritten zur Content-Marketing Strategie.....	36
5.4 Marken-Performance richtig messen.....	37
5.5 Die Qualität von Marktdaten richtig einschätzen.....	38

6 Vertrieb und Einkauf	39
6.1 Erfolgsfaktoren eines effizienten Vertriebs	40
6.2 Virtual Selling - Akquisition und Kontaktaufnahme	41
6.3 Vertrieb: Faktoren für eine erfolgreiche Verhandlung	42
6.4 Einkauf: Faktoren für eine erfolgreiche Verhandlung	43
6.5 Kompetenzseminar: Erfolgreiches Präsentieren	44
6.6 Einkauf: Phasen einer strukturierten Ausschreibung / Geschäftsvergabe	45
6.7 Vertrieb: Phasen einer strukturierten Ausschreibung / Geschäftsvergabe	46
6.8 Einkauf: Pros und Cons von intern vs. extern erstellter Spezifikationen	47
6.9 Vertrieb: Pros und Cons von intern vs. extern erstellter Spezifikationen	48
7 Preismanagement	49
7.1 Preismanagement in der Praxis	50
7.2 Ersatzteil-Pricing in der Praxis	51
8 Projekt- und Prozessmanagement	52
8.1 Projektmanagement	53
8.2 Konflikte in Projekten nachhaltig lösen	54
8.3 Einführung eines Projektportfolio-Managements im Unternehmen	55
8.4 Sanierung gefährdeter Projekte	56
8.5 Erfolgreiches Projekt-Setup	57
9 Compliance	58
9.1 Compliance Management: Grundlagen und Verhalten	59
Ergänzende Informationen	60
Praxisorientierte Lernmethode	61
Seminare und Webinare	62
Kompetenzen entwickeln	64
Kontakt	67

Einführung

Ein Vorwort zur ANXO Akademie

Sehr geehrte Damen und Herren,

der schnellere politische und technologische Wandel, die zunehmende Digitalisierung, disruptive Prozesse und auch Krisen sind einige Faktoren, die die Wettbewerbsintensität für Unternehmen immens erhöht haben. Beschleunigte Anpassungen an Kundenbedürfnisse und erhöhter Wettbewerbsdruck verlangen von jeder Unternehmung den neuen Anforderungen in kurzer Zeit gerecht zu werden, um weiterhin wachsen zu können. Merger & Acquisitions, Reorganisationen, Lean Management und ständige Prozessanpassungen sind einige Folgen dieser Veränderungen, die von den Mitarbeitern Erhebliches verlangen.

Gut ausgebildete Mitarbeiter bzw. nur Mitarbeiter mit top aktuellem Know-how befähigen das Unternehmen, der Konkurrenz auch weiterhin einen Schritt voraus zu sein und Entwicklungen frühzeitig zu erkennen.

Die ANXO Akademie hilft Ihnen dabei, sich in vielen aktuellen Themenstellungen weiterzuentwickeln. Abgestimmte Inhouse-Weiterbildungsmöglichkeiten werden auf Ihr Unternehmen zugeschnitten. Seminare in unterschiedlichen Bereichen bieten die Möglichkeit, fokussiert und effizient das vorhandene Wissen zu erweitern und aktuelle Problemstellungen erfolgreich zu bewältigen. Alle Seminare können auch als Webinare durchgeführt.

Unsere Trainer sind praxiserfahren und verfügen in ihren Themengebieten über eine langjährige Berufs- und Beratungserfahrung. Die Seminare sollen die Teilnehmer zum interaktiven Ausprobieren, Üben, Diskutieren und Erfahrungsaustausch anregen. Dabei verfolgen wir den Ansatz, dass wir auf das jeweilige Unternehmen zugeschnittene Seminare auf Basis unserer Standards entwickeln.

ANXO seit über 15 Jahren erfolgreich am Markt

Die ANXO Management Consulting GmbH ist seit über 15 Jahren erfolgreich tätig und unterstützt Unternehmen dabei effizient und effektiv bestehen zu können. Die WirtschaftsWoche und Brand eins haben in letzten Jahren ANXO in den für Firmen wichtigen Wachstumsbereichen (Strategieentwicklung, Digitalisierung, E-Commerce, Marketing, Vertrieb, After Sales, CRM und Organisation) immer wieder unter die Besten gewählt, gemeinsam mit großen Beratungsunternehmen wie Booz, Capgemini, Deloitte oder McKinsey.

Die ANXO Management Consulting ist ein führendes Beratungsunternehmen, durch unsere Tätigkeit verfügen wir über ein hohes branchenspezifisches Know-how und jahrelange Erfahrungen. Die Expertise unseres Netzwerkes an Trainerinnen und Trainern befähigt uns, Seminare wirklich individuell zu entwickeln. Wir wissen, dass innerbetriebliche Aus- und Weiterbildung sowie Entwicklungsprogramme in der Regel aus einer Vielzahl von Einzelmaßnahmen bestehen. Individuelle Weiterbildungsprogramme, einzelne, losgelöste und unternehmensunabhängige Workshops und Seminare haben ggf. nicht zu dem gewünschten Erfolg geführt.

Die ANXO Akademie bietet sich als Partner für Ihren unternehmensspezifischen Bildungswunsch an, um die Konzeption und Durchführung maßgeschneiderter, innerbetrieblicher Seminare zu übernehmen. Wir prüfen, wie die gesetzten Ziele und der angestrebte Nutzen am

besten erreicht werden können. Wir erarbeiten mit Ihnen gemeinsam die geeigneten Schritte zur dauerhaften Lösung Ihrer Aufgabenstellungen.

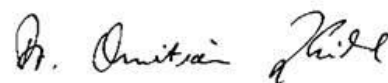
Unser Ansporn und Anspruch ist ein Höchstmaß an Qualität und Kundennutzen. Wir verfolgen in unserem Bildungsprogramm den ganzheitlichen Ansatz, d.h. wir betrachten in jeder Aufgabenstellung Ihre Gesamtsituation und versuchen, Ihnen Zusammenhänge und Ursachen aufzuzeigen. Dies geschieht bei kürzeren Veranstaltungen einer kleineren Unternehmung oder auch bei einer umfassenden Weiterbildungsoffensive eines Mittelstands- oder Großunternehmens.

Unser gesammeltes Wissen und die Ergebnisse unserer Managementaktivitäten und Weiterentwicklungen in Wachstums- und auch in Krisenzeiten fließen dabei kontinuierlich mit ein. Dadurch bewirken wir dauerhafte und sichtbare Veränderungen und Verbesserungen, die Unternehmen erfolgreich machen.

Unser Seminarangebot ist so konzipiert, dass entweder einzelne Mitarbeiterinnen oder Mitarbeiter bzw. ganze Teams an den unternehmensspezifischen Seminaren teilnehmen können. Unsere Seminare entsprechen generell dem aktuellen wissenschaftlichen Standard. Es besteht die Möglichkeit, ein bereits konzipiertes Seminar zu buchen. Sollten Sie den Wunsch nach absoluter Individualität haben, so setzen wir uns gerne mit Ihnen in Verbindung, um Ihre Erwartungen und Wünsche kennenzulernen und darauf aufbauend das entsprechende Seminarangebot zu entwickeln.

Die Flexibilität der ANXO Akademie und der hohe Qualitätsstandard der Trainerinnen und Trainer werden Sie begeistern.

Wir freuen uns auf eine gute Zusammenarbeit!



Ihre Ansprechpartner:



Dagmar Strehlau

Partner / Mitglied der Geschäftsführung
+49 6192 402 69 11
dagmar.strehlau@anxo-consulting.com



Dr. Christian Kühl

Partner
+49 6192 402 69 0
christian.kuehl@anxo-consulting.com

Einführung

Was macht unsere Seminare besonders?

Unsere Inhouse-Schulungen sind integrierte Lösungen, die wir als Seminare und auch Webinare auf Ihre Bedürfnisse zuschneiden und nach Ihren Wünschen ausrichten.

Die Trainerinnen und Trainer der ANXO Akademie antworten auf firmenspezifische Anforderungen mit maßgeschneiderten Angeboten.

Unsere Trainerinnen und Trainer haben eine fundierte akademische Ausbildung und verfügen über eine langjährige Linienerfahrung. Ihr wissenschaftliches Know-how verbinden sie mit der Fähigkeit und den Instrumenten, dieses praxistauglich umzusetzen.

Die Begeisterung für ihr Themengebiet geht einher mit einem klaren Blick für interdisziplinäre Zusammenhänge und mit einer großen Freude am Dialog mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern.

In unseren Seminaren wird das vermittelte Wissen in verschiedenen Formen, wie z. B.

- Fallbeispielen
- Einzel- und Gruppenarbeiten
- Rollenspielen
- Erfahrungsaustausch und Diskussion
- Workshops

realitätsnah gestaltet. Diese Instrumente stellen damit das „360°-Schulungskonzept“ der ANXO Akademie dar.

Das maßgeschneiderte Angebot der Inhouse-Schulungen wird durch weitere Faktoren abgerundet:

- Sie bestimmen das Thema und die Bildungsschwerpunkte und gemeinsam definieren wir die genauen Inhalte und die Seminartiefe
- Sie erhalten einen einheitlichen Wissensstand und qualifizieren damit eine große Anzahl ausgewählter Teilnehmerinnen und Teilnehmer

Sie bestimmen den Termin, Ort und die Dauer der Schulung

Inhouse-Schulungen stellen DIE kostengünstige Möglichkeit dar, unternehmensspezifische Bildungswünsche und -vorstellungen effizient und zielorientiert zu verwirklichen. Reise- und Übernachtungskosten Ihrer Mitarbeiter entfallen, wenn die Seminare vor Ort durchgeführt werden.

Offene Seminare

Die ANXO Akademie bietet zudem ausgewählte Seminare zu bestimmten Terminen an.

Einführung

Die Trainer der ANXO Akademie

Unsere Trainer kommen direkt aus der Praxis:



Jost H. Buthmann

Diplom Ökonom

Über 25 Jahre Management- und Beratungserfahrung

Ergebnisverantwortung und Führung bei führenden Unternehmen wie Procter&Gamble, Barilla, Vandemoortele, Strategieentwicklung in Beschaffung, SC, Innendienst, Veränderungsprojekte.

Schwerpunkte: Einkauf, Procurement, Verhandlungen, Führung, Personal, Soft Skills, Change Management



Christian Buttgerit

Diplom Kaufmann

10 Jahre Beratungs- und Projekterfahrung

Beratungsmandate bei großen Mittelstandsunternehmen sowie bei international agierenden Dienstleistungs-, Handels- und Industrieunternehmen

Schwerpunkte: Strategie, Digitale Transformation, B2C / B2B-Marketing und -Vertrieb, Mobile- / Online-Services, Online-Betrugsprävention



Bert Klingsporn

Diplom-Kaufmann, Executive MBA in Information Management

Über 20 Jahre Führungs- und Beratungserfahrung in der Digitalisierung von Marketing, Vertrieb und Service

Schwerpunkte: Digitale Strategie, Data-driven Sales&Marketing, Marken- und Kundenmanagement, Omni-Channel, E-Commerce, Digitale Transformation



Manuel Czwalina

Master of Science Entrepreneurship & SME Management

Vielfältige Beratungserfahrung in Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen

Praxiserfahrung (Auszug): Berlitz, UTA, Euromaster

Schwerpunkte: Digitalisierung und E-Commerce mit dem Fokus auf digitale Steuerungssysteme, Marketing und Vertrieboptimierung, Unternehmensnachfolge / M&A



Dr. Ottmar Franzen

Diplom Kaufmann

Über 30 Jahre Erfahrung in der Markenbewertung und Marktforschung

Langjährige Lehrerschaft an verschiedenen Hochschulen. Federführende Mitarbeit an Bewertungsstandards, u.a. der DIN-ISO-Norm 10668.

Schwerpunkte: Monetäre Bewertung von Marken, Datenqualität, Markenführung, Marktstudien, Potenzialstudien, Treiberanalysen



Gunter Hemmer

Diplom Ingenieur und Diplom Wirtschaftsingenieur

Über 20 Jahre praktische Managementenerfahrung

Langjährige P&L Verantwortung für verschiedene Unternehmenseinheiten, Strategieentwicklung in Vertrieb und Service, Vertriebseffizienz- und wachstumsprogramme

Schwerpunkte: Vertrieb, Servicemanagement, Preismanagement, Management Coaching



Christian Kersten

Diplom Betriebswirt

Über 25 Jahre praktische Management- und Beratungserfahrung

Langjährige P&L Verantwortung in verschiedenen Unternehmen, Mitarbeiterführung, Strategieentwicklung in Vertrieb und Marketing, Veränderungsprojekte.

Schwerpunkte: Unternehmenskultur, Management Coaching, Change Management, Vertrieb



Dr. Christian Kühl

Dr. rer. pol. und Diplom Kaufmann

Langjährige Führungs- und Beratungserfahrung in unterschiedlichen Unternehmen (Konzernen und Mittelstand). Dozenten- und Trainertätigkeit in Firmen, Hochschulen und Sonderbereichen (z. B. Militär)

Schwerpunkte: Vertrieb, Verhandlungsmanagement, Führung, Management Coaching, Strategie, Compliance



Dagmar Strehlau

Diplom Psychologin

Langjährige Berufs- und Beratungserfahrung bei Konzernen und mittelständischen Unternehmen

Tätigkeits-Beispiele: Potenzialdiagnostik und Coaching von Führungskräften, Managementaudits und Teamdiagnosen, Konfliktmoderationen

Schwerpunkte: Personal- und Führungskräfteentwicklung, Potenzialdiagnostik, Coaching



Ralf Strehlau

Diplom Kaufmann

25 Jahre Management- und Beratungserfahrung

Führungs- und Beratungsaufgaben bei führenden Unternehmen wie A.T.U, Ericsson, KPMG, Cofely (GDF SUEZ) aber auch mittelständische Unternehmen

Schwerpunkte: Strategien, Marketing, Vertrieb, Digitalbusiness und Führung sowie Veränderungsmanagement

- 1 Strategie und Management
- 2 Führung
- 3 Leadership und Soft Skills
- 4 Digitalisierung
- 5 Marketing
- 6 Vertrieb und Einkauf
- 7 Preismanagement
- 8 Projekt- und Prozessmanagement
- 9 Compliance

1 Strategie und Management

Ein Unternehmen lebt von seiner Strategie und diese muss vom Management getragen werden.

Dieser „lebendige“ Strategieprozess impliziert eine permanente Weiter- und Fortentwicklung. Ändern sich äußere oder innere Bedingungen und gibt es Veränderungen im Markt, so muss dies frühzeitig erkannt werden, und das unternehmerische Denken und Handeln daran ausgerichtet sein. Stillstand ist gefährlich. Gesundes Wachstum erfordert eine stetige Auseinandersetzung. Um diese hohen Anforderungen zu bewältigen, muss das Management entsprechend geschult sein.

Neben der Aufarbeitung von systematischem Wissen über die Weiterentwicklung von Unternehmensstrategien, muss auch die Persönlichkeit und das Auftreten die Umsetzung der strategischen Überlegungen gewährleisten. Mit Trainings speziell auf diesen Prozess bezogen helfen wir Ihnen gerne weiter, Ihr Unternehmen „lebendig“ zu halten.

Seminarübersicht

- 1.1 Management Development Programm
- 1.2 Grundlagen des Change Management
- 1.3 Setup Digital Unit

1 Strategie und Management

1.1 Management Development Programm

Ziel des Seminars

Das Management Development Programm besteht aus einer Folge von Seminaren, die über einen längeren Zeitraum mit der Unternehmung vereinbart werden. Die Seminare werden als jeweils zweitägige Bausteine auf die Bedürfnisse der Unternehmung zusammengestellt.

Das Programm soll die Kompetenzen der einzelnen Führungskräfte steigern und innerhalb der Führungsmannschaft eine gemeinsame Ausrichtung auf die Unternehmensziele erreichen.

Das Programm eignet sich sowohl für die Führungskräfteentwicklung in etablierten Unternehmen als auch für schnell wachsende Startups, um insbesondere auch den unterschiedlichen Herausforderungen der Digitalisierung gerecht zu werden.

Ihr Nutzen

Entwicklung von Führungskompetenzen und unternehmensweite Ausrichtung des Führungsverständnisses aller Führungskräfte.

Die Inhalte im Überblick

- Rolle als Führungskraft einnehmen
- Effiziente und effektive Kommunikation
- Mitarbeitergespräche erfolgreich führen
- Krisensituationen einschätzen und bewältigen
- Strategien entwickeln und kommunizieren
- CEO Kaminabend Gespräche als Bindungsmaßnahme
- Coaching im Führungsalltag

Zielgruppe

Geschäftsführer, Führungskräfte

Trainer

Dagmar Strehlau, Ralf Strehlau, Dr. Christian Kühl

Dieses Programm und die einzelnen Seminare werden von jeweils zwei Trainern in Abstimmung mit der Zielgruppe durchgeführt.

1 Strategie und Management

1.2 Grundlagen des Change Management

Ziel des Seminars

War Change Management vor gut einem Jahrzehnt noch ein Exoten-Thema für Spezialisten, so ist es heute quer durch die Führungsetagen business-as-usual. Schließlich sind Veränderungen noch nie so schnell und radikal auf Unternehmen eingestürzt wie in Zeiten der Internationalisierung, der zunehmenden Vernetzung sowie andauernden Notwendigkeit zur organisationalen Weiterentwicklung. Bewusst gestaltete Veränderungsprozesse im Unternehmen geben den Mitarbeitern die notwendige Sicherheit und motivieren sie, den Wandel aktiv mitzugestalten.

Ihr Nutzen

Nutzen Sie die Chance, den Veränderungsdruck von außen und / oder innen in Energie für Ihr Vorhaben umzuwandeln und so das Selbstverständnis Ihrer Organisation aufzufrischen.

Die Inhalte im Überblick

- Basics, Ansätze und Ziele des Change Managements
- Rollen und Aufgaben in Veränderungsprozessen
- Instrumente des Change Managements
- Entscheidungsprozesse im Change Management
- Erfolgreiche Mitarbeiterführung im Change Management
- Umgang mit Konflikten in Veränderungsprozessen
- Zukunftssicherung als neue Herausforderung für Change Manager
- Empathie: die emotionale Seite der Veränderung

Zielgruppe

Führungskräfte, Abteilungsleiter, Projektmanager, Teamleiter

Trainer

Ralf Strehlau, Christian Kersten

1 Strategie und Management

1.3 Setup Digital Unit

Ziel des Seminars

Vorgehensweise zur Analyse der Unternehmensorganisation vor dem Hintergrund der optimalen Ausrichtung bzw. Berücksichtigung von digitalen Marketing-, Vertriebs- und Service-Strukturen. Institutionalisierung des Bereichs „Digital“ als Treiber und Innovator für die Unternehmensentwicklung.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer lernen die etablierten Unternehmensstrukturen und Organisationseinheiten zu hinterfragen und hinsichtlich digitaler Marketing-, Vertriebs- und Service-Strukturen zu optimieren.

Die Inhalte im Überblick

- Aufnahme der aktuellen Unternehmensorganisation (Aufbau- und Ablauforganisation)
- Bewertung bzgl. der Neuausrichtung von Organisationseinheiten
- Implementierungsstrategien für den Aufbau von Digital Units

Zielgruppe

Strategieverantwortliche, Unternehmensführung

Trainer

Bert Klingsporn, Christian Buttgerit

2 Führung

Führung ist ein wichtiges Thema, mit dem man sich nicht nur bei der Übernahme einer Führungsaufgabe beschäftigen sollte. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Person, mit all ihren Spezifika in der Zusammenarbeit mit anderen, ist ein immerwährender Lernprozess. An den Aufgaben wächst man und mit ihnen entwickelt man sicher weiter.

Zu den Aufgaben der Führungskraft gehört es auch Konflikte zu schlichten und mit ihnen umzugehen. Konflikte entstehen in der Regel dadurch, dass gegensätzliche Interessen oder auch fälschlicherweise angenommene Gegensätze aufeinandertreffen. Bei Konflikten verlieren die beteiligten Parteien meist mehr als sie gewinnen können. So spielt die Vermeidung von Konflikten im Arbeitsalltag eine wichtige Rolle.

Seminarübersicht

- 2.1 Grundlagen der Mitarbeiterführung
- 2.2 Führen von Mitarbeitergesprächen
- 2.3 Erfolgsfaktoren der Verhandlungsführung
- 2.4 Kündigungsgespräche kompetent konzipieren und führen

2 Führung

2.1 Grundlagen der Mitarbeiterführung

Ziel des Seminars

Wir vermitteln Ihnen die theoretischen Grundlagen der Führung. Diese werden im Seminar in Rollenspielen vertieft und anschließend diskutiert. Sie erhalten ein Handwerkszeug das sie befähigt, Führungsaufgaben wahrzunehmen und den eigenen Führungsstil zu überdenken.

Ihr Nutzen

Als Führungskraft muss man sich selbst einschätzen können, muss wissen, wie man führt und was man anders oder besser machen kann. Einblicke über das eigene Führungsverhalten zu erhalten, unterschiedlichen Führungsstile und Mitarbeitertypen kennenzulernen und auch praktische Führungssituationen zu testen und zu erleben ist hier der Schwerpunkt.

Die Inhalte im Überblick

- Zentrale Führungsaufgaben
- Führungsstile
- Mitarbeitertypen
- Führungskraft zwischen den Erwartungen des Unternehmens und denen der Mitarbeiter
- Vom Kollegen zur Führungskraft
- Delegieren und Motivieren
- Situatives Führen

Zielgruppe

Teamleiter, Projektmanager

Trainer

Dagmar Strehlau, Ralf Strehlau, Dr. Christian Kühl, Christian Kersten, Jost H. Buthmann

2 Führung

2.2 Führen von Mitarbeitergesprächen

Ziel des Seminars

Mitarbeitergespräche sind ein wichtiger Faktor in der Führungsarbeit. Sie dienen der Kommunikation und Abstimmung im Führungsalltag und führen zu einem besseren Verständnis zwischen Führungskraft und Mitarbeiter. Mit der professionellen Verwendung der Gesprächsführung wird der offene Umgang miteinander verstärkt und der Entstehung von Missverständnissen vorgebeugt.

Ihr Nutzen

Das Seminar bietet Ihnen Anregungen und praktische Tipps zur konstruktiven Gesprächsführung mit Mitarbeitern. Sie lernen Gespräche vorzubereiten, sie zu führen und nachzubearbeiten. Damit werden Sie in die Lage versetzt, sich in Ihrer Führungsarbeit professionell und zielgerichtet mit Ihren Mitarbeitern zu verständigen.

Die Inhalte im Überblick

- Kommunikationsmodelle
- Vorbereitung eines Mitarbeitergespräches
- Einstimmung auf den Gesprächspartner
- Regeln in der Gesprächsführung
- Formen der Mitarbeitergespräche
- Fragetechniken
- Feedback geben und annehmen
- Nachbereiten von Mitarbeitergesprächen

Zielgruppe

Führungskräfte

Trainer

Dagmar Strehlau, Ralf Strehlau, Dr. Christian Kühl, Christian Kersten, Jost H. Buthmann

2 Führung

2.3 Erfolgsfaktoren der Verhandlungsführung

Ziel des Seminars

Führungskräfte erkennen Verhandeln als zentralen Erfolgsfaktor im Geschäftsleben. Anhand von Praxisbeispielen der Teilnehmer wird in die Vielschichtigkeit und die psychologischen Grundlagen von Verhandlungsprozessen eingeführt sowie das praktische Handwerkszeug für eine erfolgreiche Verhandlungsführung trainiert.

Ihr Nutzen

Das Wissen um die Erfolgsfaktoren und die praktische Arbeit mit eigenen Beispielen erhöht Ihre Zielorientierung, Steuerungskompetenz und Sicherheit in Verhandlungen. Ihre Erfolgsquote nimmt zu, die Verlässlichkeit Ihrer Ergebnisse steigt ebenso wie Ihr Ansehen als verbindlicher Geschäftspartner.

Die Inhalte im Überblick

- Verhandlungsführung als Basiskompetenz von Führungskräften
- Strategische und operative Verhandlungspsychologie
 - Emotionen und ihre Bedeutung in Verhandlungen
 - Das Psychogramm: Erhöhen Sie Ihre Erfolgschancen, indem Sie typgerecht kommunizieren
 - Wie optimiere ich mein Unterbewusstsein? Verinnerlichte Verhaltensweisen machen den Kopf frei für den erfolgreichen Umgang mit wirklich anspruchsvollen Situationen
- Vertrauenstheorie: arbeiten Sie gezielt an der wichtigsten Ressource belastbarer und ertragreicher Beziehungen
- Die Phasen einer Verhandlung: eine klare Struktur mit Zwischenzielen bietet Ihnen Sicherheit und Zielorientierung im Verhandlungsprozess
- Erfolgsfaktor Vorbereitung: Klassische, praxiserprobte und innovative Methoden
- Das Harvard Konzept und seine Grenzen – mit Fragetechniken übernehmen und behalten Sie die Steuerung des Verhandlungsverlaufs
- Körpersprache im Überblick – Lesen Sie „zwischen den Zeilen“ und verhalten Sie sich bewusst und zielführend

Zielgruppe

Führungskräfte, Projektmanager

Trainer

Dagmar Strehlau, Ralf Strehlau, Dr. Christian Kühl, Jost H. Buthmann

2 Führung

2.4 Kündigungsgespräche kompetent konzipieren und führen

Ziel des Seminars

Krisensituationen, Veränderungsprozesse oder auch Restrukturierungen können dazu führen, dass Personal im Unternehmen abgebaut werden muss. Dafür haben HR und die Führungskräfte gemeinsam die Verantwortung, einen gut strukturierten Prozess und Ablauf für die Trennung von Mitarbeitern zu etablieren. HR´ler und Führungskräfte sollten den Eindruck haben, auch für schwierige Situationen gewappnet zu sein. Verbunden damit ist das Ziel, eine Kündigungskultur zu entwickeln, die zu keiner Schädigung der Arbeitgebermarke führt.

Ihr Nutzen

Das Seminar bietet Ihnen Hilfestellung auch die schwierige Situation der Trennungsgespräche souverän zu meistern und weiterhin als vertrauensvoller Partner im HR Bereich oder als Führungskraft im Unternehmen anerkannt und akzeptiert zu sein.

Die Inhalte im Überblick

- Vorbereitung eines Trennungsgesprächs
 - Ablaufplanung
 - Vorbereitungen auf besondere Krisensituationen (Emotionen, Blockaden)
 - Einbindung Betriebsrat
 - Definition der Rollen und des Zusammenwirkens von Führungskräften / HR
- Durchführung der Trennungsgespräche
 - Gesprächsbogen
 - Angebot von Hilfestellungen (Outplacement Beratung, Referenzen, ...)
 - Umgang mit emotionalen Ausbrüchen, Blockaden
 - Sonderfälle
 - Dos and Don'ts
- Nachbereitung des Gesprächs/ Organisatorische Abwicklung
 - Information der Abteilung/ des Unternehmens
 - Survivor Syndrom / Innere Kündigung / Personal-Austritte

Zielgruppe

Mitarbeiter der Personalabteilung, Führungskräfte

Trainer

Dagmar Strehlau, Ralf Strehlau, Dr. Christian Kühl

3 Leadership und Soft Skills

Das Führen von Unternehmen und Menschen ist eine komplexe Aufgabe. Sie fordert von Managern und Führungskräften in Zusammenhängen zu denken, den Überblick zu bewahren und über ihre eigenen Funktionsgrenzen hinaus zu agieren.

In unseren Seminaren finden Sie das für Ihre Aufgaben relevante Management- und Leadership-Know-how. Begegnen Sie Ihren komplexen Managementaufgaben selbstbewusst mit Fachwissen und Persönlichkeit.

Seminarübersicht

- 3.1 Effiziente und zielgerichtete Kommunikation
- 3.2 Zeit- und Selbstmanagement
- 3.3 Moderation von Workshops und Meetings
- 3.4 Persönlichkeitsseminar: Create your own personal brand
- 3.5 Corporate Culture – Unternehmenskultur verstehen und verändern

3 Leadership und Soft Skills

3.1 Effiziente und zielgerichtete Kommunikation

Ziel des Seminars

Wir vermitteln Ihnen die theoretischen Grundlagen der Kommunikation. Diese werden im Seminar in Rollenspielen vertieft und anschließend diskutiert. Sie erhalten ein Handwerkszeug das Sie befähigt, im beruflichen Alltag effizient und zielgerichtet zu kommunizieren.

Ihr Nutzen

Eine reibungslose und zielgerichtete Kommunikation sorgt für eine konstruktive Zusammenarbeit im Unternehmen. Projekte, Aufgaben und Führungsfunktionen können effizient durchgeführt werden. Konfliktkosten werden minimiert.

Die Inhalte im Überblick

- Grundregeln der Kommunikation
- Wahrnehmungsfehler
- Kommunikationsmodell von Schulz von Thun
- Selbst- und Fremdwahrnehmung
- Aktives Zuhören
- Grundlegende Kommunikationsregeln
- Fragetechniken
- Was man vermeiden sollte

Zielgruppe

Führungskräfte, Projektmanager

Trainer

Dagmar Strehlau, Ralf Strehlau, Dr. Christian Kühl

3 Leadership und Soft Skills

3.2 Zeit- und Selbstmanagement

Ziel des Seminars

Den eigenen Arbeitsstil überdenken, neue Möglichkeiten der Selbstorganisation kennenlernen und ausprobieren

Ihr Nutzen

Durch wirksame Selbstorganisation die eigene Arbeitszeit besser nutzen, durch zeitsparende Arbeitstechniken für Entlastung sorgen und so Freiraum für neue Aufgaben schaffen.

Die Inhalte im Überblick

- Stress und Work-Life-Balance
- Ziele und Aktivitäten priorisieren
- Individuelle Störfaktoren beseitigen
- Analyse von Arbeitsgewohnheiten
- Zielführende Meetings organisieren
- Die E-Mail-Flut beherrschen
- SMARTER Ziele setzen
- Erfolgreiche Tagesplanung
- Nein sagen und Delegieren

Zielgruppe

Führungskräfte

Trainer

Dagmar Strehlau, Ralf Strehlau, Dr. Christian Kühl, Jost H. Buthmann

3 Leadership und Soft Skills

3.3 Moderation von Workshops und Meetings

Ziel des Seminars

Die Teilnehmer sollen eine Moderation professionell vorbereiten und erfolgreiche Moderationen in unterschiedlichen Situationen durchführen. Dafür erlernen sie Methoden, die – zielgenau angewandt - zur Teilnahme und Diskussion animieren und auch in schwierigen Situationen die Gruppe auf zielgerichtetem Kurs halten, so dass am Ende konkrete Resultate und Aktionen vorliegen.

Ihr Nutzen

Zunehmend komplexe Arbeitsprozesse erfordern immer mehr Abstimmung zwischen den Beteiligten. Der Aufwand für Meetings und Workshops wächst enorm, und jeder Zugewinn an Effektivität bringt deutliche Kosteneinsparpotenziale mit sich.

Die Inhalte im Überblick

- Moderationsmaterial, -techniken und -strategien
- Rolle und Verantwortung eines Moderators / einer Moderatorin
- Balance zwischen Moderation und Leitung einer Gruppe
- Körperhaltung und Souveränität des Moderators
- Gezielte Anregung und Aktivierung von Diskussionen und Beiträgen
- Ideen und Argumente geschickt und kreativ weiterentwickeln
- Tipps und Tricks für schwierige Moderationssituationen
- Umgang mit provokativer oder negativer Einstellung und Verhaltensweisen
- Interventionstechniken bei Vielrednern und zu vielen Fragen
- Gekonnt mit Aktionsplan abschließen und Commitment aufbauen

Zielgruppe

Führungskräfte, Projektmanager

Trainer

Dagmar Strehlau, Ralf Strehlau, Dr. Christian Kühl, Jost H. Buthmann

3 Leadership und Soft Skills

3.4 Persönlichkeitsseminar: Create your own personal brand

Ziel des Seminars

Kennenlernen und Verstehen des eigenen Verhaltens und der eigenen Persönlichkeit in verschiedenen Geschäftssituationen. Abgleich und Optimierung der Anforderungen an Mitarbeiter mit der eigenen Persönlichkeit und den eigenen Kompetenzen.

Ihr Nutzen

Sie lernen Ihr Verhalten in verschiedenen Situationen kennen. Durch das Profiling Ihrer Gesprächspartner erkennen Sie die deren Stärken und Schwächen und können Ihr Verhalten der Situation anpassen. Sie lernen Ihr eigenes „Inneres Beraterteam“ kennen, wie es Ihr Verhalten in bestimmten Situationen bewusst und unbewusst beeinflusst. Sie erarbeiten, in welchen Situationen Ihre Kompetenzen optimal eingesetzt werden können. Sie kreieren Ihren eigenen persönlichen Brand für den Berufsalltag. Sie lernen Methoden kennen, die Ihre Gespräche mit Kunden und Kollegen nachhaltig optimieren.

Die Inhalte im Überblick

- Gemeinsamkeit als Schlüssel zum Erfolg
- Anforderungen an Kompetenzen und Persönlichkeit
- Profiling von Gesprächspartnern
- Das Innere Beraterteam kennenlernen
- Ihre Fähigkeitsbereiche: Kompetenz, Exzellenz und Genialität
- Create your own personal brand
- Die STAR Methode zur Steigerung von Effizienz und Effektivität
- Ihre Chance zur Optimierung Ihrer Persönlichkeitsdarstellung

Zielgruppe

Mitarbeiter in allen Bereichen

Trainer

Dr. Christian Kühl

3 Leadership und Soft Skills

3.5 Corporate Culture – Unternehmenskultur verstehen und verändern

Ziel des Seminars

Eine gesunde Unternehmenskultur spielt in der heutigen Zeit eine zunehmend wichtige Rolle. Die Kultur im Unternehmen und das Handeln von Führungskräften nach einem kulturellen Führungsleitbild ist ein entscheidender Faktor, Mitarbeiter für ein Unternehmen zu gewinnen und die Mitarbeiterzufriedenheit substanziell zu steigern. Das Verstehen der vorliegenden Unternehmenskultur und darunter liegende Wertevorstellungen von Führungskräften, Teams und Mitarbeitern, sowie die Ableitung von bewussten Veränderungen der Unternehmenskultur stehen im Fokus dieses Seminars.

Das Seminar ist auch auf kleiner Organisationseinheiten anwendbar (Geschäftsbereich, Team, etc.)

Ihr Nutzen

Verstehen Sie die in Ihrem Unternehmen vorliegende Unternehmenskultur und erhalten Sie das Rüstzeug, um diese in eine von Ihnen definierte Zielkultur zu entwickeln.

Die Inhalte im Überblick

- Grundlagen zur Unternehmenskultur
- Werte – Motivation – Verhalten - Unternehmenskultur
- Auswirkung der Unternehmenskultur auf Mitarbeiterzufriedenheit und den wirtschaftlichen Erfolg der Unternehmung
- Wertekreis nach Schalom Schwartz – Einordnung der Seminarteilnehmer sowie Besprechung der Ergebnisse (Mit Klarnamen oder Anonym)
- Wie erheben wir die Unternehmenskultur?
- Wie definieren wir eine „Zielkultur“ und entwickeln die Organisation dort hin

Zielgruppe

Führungskräfte, Abteilungsleiter, Teamleiter

Trainer

Dagmar Strehlau, Christian Kersten, Ralf Strehlau

4 Digitalisierung

Das Thema Digitalisierung ist das Kernthema der Unternehmensentwicklung auf allen Ebenen.

In unseren Seminaren finden Sie das für Ihre Aufgaben relevante Digitalisierungs-Know-how. Lernen Sie die verschiedenen Facetten und Einsatzgebiete der Digitalisierung und die möglichen Auswirkungen auf Geschäftsmodelle kennen. Disruptive Themen werden mit der Digitalisierung verbunden und lassen sich für die dynamische Unternehmensentwicklung nutzen. Es gibt jedoch auch neue Risiken, die bedacht werden müssen.

Seminarübersicht

- 4.1 Einführung in die Digitalisierung
- 4.2 Umgang mit Online-Betrug
- 4.3 Grundlagen und Geschäftsmodelle des E-Business
- 4.4 Customer Touchpoint-Management
- 4.5 Chatbot Implementierung

4 Digitalisierung

4.1 Einführung in die Digitalisierung

Ziel des Seminars

Verständnis gewinnen über die Digitalisierung und deren Potenziale. Welchen Mehrwert bringt sie mit und auf welche Prozesse muss sich ein Unternehmen bei der Einführung vorbereiten. Welche Veränderungen stehen an – sowohl in der Technik als auch in der Kultur. Erkenntnisse gewinnen über den „need for change“.

Ihr Nutzen

Sie lernen die Möglichkeiten der Digitalisierung kennen und können so einschätzen, welche Möglichkeiten das „Digital Age“ für die Zukunft Ihres eigenen Unternehmens bietet. Das Training hilft Ihnen die Umstellung auf digitale Prozesse besser einordnen und bewerten zu können. So wird das Thema „Digitalisierung“ greifbar und wir zeigen Ihnen anhand von Beispielen Handlungspotenziale auf.

Die Inhalte im Überblick

- Allgemeine Entwicklungen und Trends der Digitalisierung
- Verändertes Kundenverhalten und Antworten darauf
- Der Weg zum digitalen Unternehmen
- Welche IT ist notwendig und sinnvoll?
- Wie begleite ich die Mitarbeiter auf dem Weg zur Digitalisierung
- Welcher Kulturwandel ist notwendig?
- Kosten und Nutzen der digitalen Prozesse
- Vier Erfolgsfaktoren im digitalen Veränderungsprozess
- Best Practices aus dem Mittelstand

Zielgruppe

Geschäftsführer und Entscheidungsträger

Trainer

Ralf Strehlau

4 Digitalisierung

4.2 Umgang mit Online-Betrug

Ziel des Seminars

Digitalisierung boomt, mit ihr aber auch ein sehr lukrativer – krimineller – Geschäftszweig: Online-Betrug. Welchen Betrugsszenarien sehen sich die Unternehmen heute gegenübergestellt? Welche Vertriebs- und Kommunikationskanäle sind besonders anfällig für Betrug im Endkundengeschäft? Wo liegen Zusammenhänge zwischen Produkt- und Serviceangebot sowie Zahlungsmethoden und Kundenansprache? Welche Möglichkeiten bieten sich den Unternehmen, Betrüger rechtzeitig (vor dem Kauf und dem Verlust der Ware) zu identifizieren?

Ihr Nutzen

Nutzen Sie die Chance, den Veränderungsdruck von außen und/oder innen in Energie für Ihr Vorhaben umzuwandeln und so das Selbstverständnis Ihrer Organisation aufzufrischen.

Die Inhalte im Überblick

- Online-Betrug aus Sicht der Unternehmen und Endverbraucher
- Welche Produkt- und Service-Portfolios sind besonders betrugsanfällig?
- Wirtschaftliche Abwägung zwischen Betrugsvermeidung und Inkaufnahme
- An welchen Stellen der Bestellabwicklung gibt es Betrugsrisiken?
- Wie kann man innerhalb des Kaufprozesses den Online-Betrug eindämmen?
- Ergänzende Tools gegen Online-Betrug
- Organisatorische Integration von Anti-Betrugs-Abteilungen in das Unternehmen
- Unternehmensinterne Kommunikation bei Betrugsszenarien

Zielgruppe

Geschäftsführer und Entscheidungsträger

Trainer

Christian Buttgerit

4 Digitalisierung

4.3 Grundlagen und Geschäftsmodelle des E-Business

Ziel des Seminars

Unternehmen befinden sich heute in einem stetigen digitalen Wandel. Bestehende Produkt- und Dienstleistungsangebote werden zunehmend über digitale Vermarktungskanäle angeboten oder sogar komplett neue Geschäftsmodelle (Electronic Business) entwickelt. Hier spielt aber nicht nur der eigene Online-Shop oder die Vermarktung der Produkte und Dienstleistungen über Online-Marktplätze eine Rolle, sondern auch die Vernetzung und Virtualisierung der Unternehmen über die gesamte Wertschöpfungskette. Angefangen von der Beschaffung (E-Procurement) bis hin zur Kommunikation und Interaktion mit den Kunden über digitale Touchpoints (E-Community). In diesem Seminar lernen Sie die Aspekte und Möglichkeiten des Electronic Business kennen und nehmen direkt Impulse und „Quick Wins“ für Ihr Unternehmen mit, die sich kurzfristig erfolgswirksam umsetzen lassen.

Ihr Nutzen

Mit Hilfe des Seminars erhalten Sie ein tiefes Verständnis über die Einsatzmöglichkeiten, Facetten, Chancen und Herausforderungen bei der Optimierung bestehender oder Entwicklung neuer elektronischer Geschäftsmodelle (E-Business).

Die Inhalte im Überblick

- Grundlagen des E-Business
- E-Procurement
- E-Shop
- E-Marketplace
- E-Community
- E-Company

Zielgruppe

Young Consultants, Nachwuchskräfte sowie interessierte Fach- und Führungskräfte

Trainer

Christian Buttgerit, Ralf Strehlau, Manuel Czwalina

4 Digitalisierung

4.4 Customer Touchpoint-Management

Ziel des Seminars

Erfolgreicher Einsatz des Customer Touchpoint Managements für ein ganzheitliches Markenerlebnis entlang der offline und online Customer Journey. Kartographierungs- und Bewertungsmöglichkeiten der unterschiedlichen online und offline Kundenkontaktpunkte mit dem eigenen Unternehmen. Entwicklung von Optimierungsmaßnahmen und Monitoring Strategien.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer lernen im Rahmen des Seminars wie unterschiedliche Kundenkontaktpunkte entlang der Customer Journey erfasst und bewertet werden. Weiterhin lernen Sie Maßnahmen für ein erfolgreiches Touchpoint-Management zu entwerfen und die Umsetzung zu messen.

Die Inhalte im Überblick

- Kundenperspektive einnehmen und verstehen
- Die Ausgangslage ermitteln und Ziele setzen
- Online und offline Touchpoints methodisch erfassen und bewerten
- Schlüsselkontaktpunkte identifizieren („Moments of Truth“)
- Maßnahmen für ein ganzheitliches Markenerlebnis entwerfen
- Das Kundenerlebnis laufend monitoren

Zielgruppe

Marketing, Marken-Management, Service-Verantwortliche, Digitalisierungs- und Prozessverantwortliche

Trainer

Bert Klingsporn, Christian Buttgerit

4 Digitalisierung

4.5 Chatbot Implementierung

Ziel des Seminars

Methodik und Tools zur Analyse der aktuellen digitalen Kundenkontaktpunkte inklusive Kategorisierung der Kundenanliegen und Kundensegmente vor dem Hintergrund des automatischen Routing- oder Auto-Respond-Systems *Chatbot*. Anwendungsszenarien, Wirtschaftlichkeitsbetrachtung und Implementierungsschritte.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer erlangen ein Verständnis über die Ausprägungsstufen von Chatbots sowie die Anwendungsszenarien in den Bereichen Sales und Service.

Die Inhalte im Überblick

- Arten von Chatbots
- Anwendungsszenarien für Chatbots
- Implementierungsschritte bei Chatbot-Projekten
- Aspekte bei der Wirtschaftlichkeitsbetrachtung
- Konzeption eines Touchpoint-Modells

Zielgruppe

Führungskräfte und Entscheider aus dem Bereich Service, Operations, IT-Support, Vertrieb sowie Controlling

Trainer

Bert Klingsporn, Christian Buttgerit

5 Marketing

Marketing hat sich durch Social Media und Web Portale wesentlich verändert.

In unseren Seminaren finden Sie das für Ihre Aufgaben relevante Marketing-Know-how. Lernen Sie die verschiedenen Einsatzgebiete und die Nutzung der sozialen Medien und Web Tools für das Marketing und auch die Leadgenerierung von potentiellen Kunden kennen.

Seminarübersicht

- 5.1 Social Media Management B2B
- 5.2 Digitales Marketing Monitoring B2B
- 5.3 In 5 Schritten zur Content-Marketing Strategie
- 5.4 Marken-Performance richtig messen
- 5.5 Die Qualität von Markendaten richtig einschätzen

5 Marketing

5.1 Social Media Management B2B

Ziel des Seminars

In diesem Seminar werden zentrale Kenntnisse und praktische Fähigkeiten für die Entwicklung und Umsetzung von Social Media Projekten für Ihr B2B Unternehmen.

Ihr Nutzen

Sie lernen die wichtigsten Ziele und Zielgruppen von Social-Media-Aktivitäten kennen. Sie verstehen, welche Plattform für Ihr unternehmensindividuelles Ziel geeignet ist und können somit den Aufwand kosten- und zeiteffizienter gestalten und ihre Zielgruppe adäquat ansprechen. Sie lernen, was der richtige Auftritt und der richtige Content für die ausgewählte Plattform ist und was nicht. Somit können Sie Ihr Unternehmen erfolgreicher in den sozialen Medien positionieren. Durch den Verständnisaufbau relevanter KPIs, können Sie erkennen, wann und wie Sie ihre Social Media Umsetzung optimieren müssen.

Die Inhalte im Überblick

- Überblick und Kategorisierung von Social Media Plattformen
- Ziele und Nutzen von Social Media
- Rolle und Wichtigkeit der Customer Journey
- Identifikation relevanter Plattformen für Ihre Unternehmensziele
- Planung der Social-Media-Aktivitäten
- Content-Strategie und -Management
- Datenschutz, Compliance und Social Media Policy
- Erfolgsmessung: Relevante KPIs im Überblick

Zielgruppe

Marketing- und Vertriebsverantwortliche in B2B Unternehmen (insb. Professional Service Firms)

Trainer

Ralf Strehlau, Manuel Czwalina

5 Marketing

5.2 Digitales Marketing Monitoring B2B

Ziel des Seminars

Als Teilnehmer lernen Sie zentrale und ausgewählte Online Analyse Tools im Kontext der eigenen Unternehmens-Webseite kennen. Zusätzlich erfahren Sie, wie man die Tools nutzen kann und wie entsprechende Ergebnisse sinnvoll zu interpretieren sind. Dadurch wird eine aktive Weiterentwicklung der eigenen Webseite als Schlüsselinstrument für die Neukundengewinnung ermöglicht.

Ihr Nutzen

Durch die Kenntnisse wichtiger Online Analyse Tools erlernen Sie, welches Tool für welchen Anlass genutzt werden kann. Weiterhin erfahren Sie welche Daten Sie legal tracken dürfen. Sie erkennen, welche Sichtbarkeit Ihre Webseite im Vergleich zu den Wettbewerbern besitzt. Durch die richtige Interpretation der Analyse-Daten werden Sie in die Lage versetzt, sinnvollen Optimierungsbedarf zu identifizieren. Sie erfahren, welche Tools Sie im Rahmen der Optimierung der Webseite und für Ihren eigenen Marketing- und Vertriebsprozess nutzen können.

Die Inhalte im Überblick

- Überblick und Kategorisierung von Online Analyse Tools
- Rechtliche Hinweise zum Webtracking (Dos und Don'ts)
- Personas und Customer Journeys als Instrument zur Identifikation wichtiger Tools
- KPIs im Bereich Webtracking und deren Bedeutung
- Identifikation von Optimierungsmöglichkeiten auf der Webseite auf Grundlage der Ergebnisse von Online Analyse Tools
- Gewinnung von Leads aus dem Webtracking

Zielgruppe

Marketing- und Vertriebsverantwortliche in Unternehmensberatungen, die im Bereich der Online Analyse Tools noch nicht aktiv sind oder die ihre Kenntnisse ausbauen möchten

Trainer

Ralf Strehlau, Manuel Czwalina

5 Marketing

5.3 In 5 Schritten zur Content-Marketing Strategie

Ziel des Seminars

Erstellung einer Content-Marketing Strategie als Grundlage der Vermarktung mit digitalen Inhalten. Fragestellungen: Wie können vertriebsrelevante Inhalte zielgruppenspezifisch aufbereitet werden und über digitale Kanäle kommuniziert werden? Welche Kanäle bieten sich für die Kundensegmente an? Wie können Ziele definiert und Erfolge gemessen werden?

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer lernen den grundsätzlichen konzeptionellen Aufbau einer Content-Marketing Strategie inkl. Zielsetzung und Erfolgsmessung.

Die Inhalte im Überblick

- Ermittlung der Ausgangslage
- Ziele und Erfolgsmessung bestimmen
- Zielgruppen beschreiben
- Methoden zur Identifizierung von relevanten Content-Inhalten und Mehrwerten
- Kanäle, Methoden und Tools für die Umsetzung

Zielgruppe

Marketing-Entscheider, Strategieverantwortliche, Digital-Vertriebsmitarbeiter

Trainer

Bert Klingsporn, Christian Buttgerit

5 Marketing

5.4 Marken-Performance richtig messen

Ziel des Seminars

Neue, digitale Kommunikations- und Vertriebskanäle haben die Anzahl von Marken-Touchpoints geradezu explodieren lassen. Wie wird man dieser zunehmenden Komplexität in der Markenführung gerecht und wie misst man den Erfolg von Marken richtig? In dem Seminar zeigen wir, mit welchen KPIs Marken in der analogen und in der digitalen Welt zielführend geführt werden.

Ihr Nutzen

Sie lernen die wichtigsten Steuerungsgrößen und Kennzahlen für die Markenführung kennen. Sie verstehen, welchen Einfluss verschiedene Markenformen und Geschäftsmodelle auf die Auswahl der „richtigen“ KPIs haben und wie man die Marken-KPIs mit effizienten Verfahren ermitteln kann.

Sie bekommen einen Überblick über die wichtigsten Anbieter von Marken KPIs und lernen, wie man die Kennzahlen richtig interpretiert. Hierfür werden zahlreiche Beispiele aus der Beratungspraxis und aus realen Marktstudien eingesetzt.

Es wird differenziert auf Produkt- und Handelsmarken sowie auf Konsumgüter, Industrieprodukte und Dienstleistungen eingegangen.

Die Inhalte im Überblick

- Überblick und Kategorisierung von Online Analyse Tools
- Markenarten und Markenformen richtig einordnen
- Ziele und Aufgaben von Markencontrolling
- Typische Marken KPIs in der analogen Welt
- Typische Marken KPIs in der digitalen Welt
- Markenkauftrichter
- Messung von Markenstärke
- Markenwert
- Marken-KPIs und Interaktion mit Finanz-KPIs

Zielgruppe

Verantwortliche und Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Produkt Management, Vertrieb und Private Equity

Trainer

Dr. Ottmar Franzen

5 Marketing

5.5 Die Qualität von Marktdaten richtig einschätzen

Ziel des Seminars

Die Datenflut explodiert. Nahezu jede gewünschte Information scheint kostenlos und sofort im Internet verfügbar. Aber sind diese Daten auch belastbar? Darf ich ihnen Glauben schenken und sie für weitergehende Analysen, Prognosen und die Entwicklung von Geschäftsmodellen nutzen? In diesem Seminar lernen Sie, Daten aus dem Internet richtig einzuschätzen, ihre Qualität und Seriosität zu prüfen und zu beurteilen, welche Art von Entscheidungen zulässig sind.

Ihr Nutzen

Sie lernen die wichtigsten Kriterien zur Bewertung von Daten aus dem Internet oder sonstigen öffentlich zugänglichen Quellen kennen: Alter der Daten, Originalquelle, Messmethoden.

Sie lernen einzuschätzen, mit welchen Unsicherheiten bei Daten man arbeiten darf und kann.

Sie bekommen vermittelt, wie man mit einfachen statistischen Verfahren die Güte von Daten prüfen kann: Signifikanzen, Kreuz-Validierung und Stichproben

Die Inhalte im Überblick

- Typische Quellen im Internet: Suchmaschinen, Statista
- Öffentliche Quellen, statistische Ämter
- Frei publizierte, private Studien: Best for Planning, VuMa (Verbrauchs- und Medienanalyse)
- Checkliste zur Daten- und Quellenprüfung
- Statistische Belastbarkeit von Daten: Signifikanzen, Stichproben, Schwankungsbreiten
- Scheinkorrelationen: Wenn die Anzahl der Geburten von den Störchen abhängt.
- Wer schreibt voneinander ab? Vorsicht bei der Nutzung von Veröffentlichungen!
- Wege zum Auffinden der Originalquellen

Zielgruppe

Verantwortliche und Mitarbeiter in den Bereichen Marketing, Produkt Management, Vertrieb und Private Equity

Trainer

Dr. Ottmar Franzen

6 Vertrieb und Einkauf

Jeder Einzelne kann einen konkreten Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten: Mit persönlichem Einsatz und Weiterbildung.

Wer seine Stärken und Potenziale kennt und weiterentwickelt, kann diese auch gezielt nutzen. Gerade im Vertrieb muss man sich immer mit den aktuellen Trends auseinandersetzen, um Produkte und Dienstleistungen entsprechend verkaufen zu können. Netzwerke aufbauen, neue Produkte auf den Weg bringen und Kunden überzeugen – dazu braucht es eine Reihe von individuellen Schlüsselqualifikationen.

Entsprechendes gilt für den Einkauf. Die Professionalität des Einkaufs hat eine strategische Bedeutung für die Unternehmung. Verhandlungsgeschick und Menschenkenntnis sind zwei der wichtigen Schlüsselqualifikationen, die den erfolgreichen Einkäufer auszeichnen

Mit einem vielfältigen Trainingsangebot unterstützen wir Sie bei der Weiterentwicklung Ihrer persönlichen und sozialen Kompetenzen.

Seminarübersicht

- 6.1 Erfolgsfaktoren eines effizienten Vertriebs
- 6.2 Virtual Selling - Akquisition und Kontaktaufnahme
- 6.3 Vertrieb: Faktoren für eine erfolgreiche Verhandlung
- 6.4 Einkauf: Faktoren für eine erfolgreiche Verhandlung
- 6.5 Kompetenzseminar: Erfolgreiches Präsentieren
- 6.6 Einkauf: Phasen einer strukturierten Ausschreibung / Geschäftsvergabe
- 6.7 Vertrieb: Phasen einer strukturierten Ausschreibung / Geschäftsvergabe
- 6.8 Einkauf: Pros und Cons von intern vs. extern erstellter Spezifikationen
- 6.9 Vertrieb: Pros und Cons von intern vs. extern erstellter Spezifikationen

6 Vertrieb und Einkauf

6.1 Erfolgsfaktoren eines effizienten Vertriebs

Ziel des Seminars

Gute Produkte, eine klare Strategie und Organisation sind noch lange kein Garant für eine erfolgreiche und effiziente Vertriebsorganisation. Häufig fragen sich Unternehmen, was den vertrieblichen Erfolg behindert und warum sich der vertriebliche Erfolg einfach nicht einstellen will.

Das Seminar soll den verantwortlichen Fach- und Führungskräften im Unternehmen aufzeigen, wo die größten Hindernisse für den operativen vertrieblichen Erfolg liegen. Im Rahmen des praktischen Teils werden die für Ihr Unternehmen spezifischen Kernthemen besprochen und mögliche Herangehensweisen erarbeitet.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer lernen die grundlegenden Effizienzbehinderer im operativen Vertrieb kennen und entwickeln eigene konkrete Ansätze für ihr Unternehmen, um die Effizienz des Vertriebes deutlich zu steigern.

Die Inhalte im Überblick

- Strategie, Organisation und operative Effizienz
- Typische Effizienzbehinderer
- Situation im eigenen Unternehmen
- Ausarbeitung von eigenen Effizienzansätzen

Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebsleiter

Trainer

Gunter Hemmer, Ralf Strehlau, Christian Buttgerit, Dr. Christian Kühl

6 Vertrieb und Einkauf

6.2 Virtual Selling - Akquisition und Kontaktaufnahme

Ziel des Seminars

Die Auftragsakquisition ist in persönlicher oder virtueller Form eine der wichtigsten Funktionen in jedem Unternehmen. Dabei spielt die Persönlichkeit im Vertrieb eine entscheidende Rolle.

Die Professionalität in der Vorbereitung eines persönlichen oder virtuellen Kundenmeetings entscheidet oft über den Erfolg des Vertriebs.

Die Teilnehmer lernen, dass jedes Vertriebsgespräch Elemente einer Vertriebsstrategie und vertriebspsychologische Methoden benötigt, um die Wirksamkeit des Akquisitionsvorhabens zu gewährleisten.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer erkennen die Bedeutung einer intensiven Vor- und Nachbereitung von persönlichen und virtuellen Kundenkontakten, des positiven Auftretens im persönlichen und virtuellen Kontakt und des vertrieblichen Rollenspiels mit einer durchdachten Kommunikationsstrategie.

Die Inhalte im Überblick

- Vertriebsstrategie und Zielkundenbestimmung
- Persönliche und virtuelle Kundenmeetings
- Kaltakquisition vs. Reference Selling
- Profiling der Gesprächsteilnehmer
- Aktives Zuhören und Fragetechniken
- Gesprächsführung durch Fragen
- Kundenorientierte Sprache und Feedback
- Dos & Don'ts: Webiquette und Etikette

Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebsleiter und Vertriebsmitarbeiter

Trainer

Dr. Christian Kühn, Ralf Strehlau, Gunter Hemmer, Christian Buttgerit

6 Vertrieb und Einkauf

6.3 Vertrieb: Faktoren für eine erfolgreiche Verhandlung

Ziel des Seminars

Sie erhalten einen Überblick über Vertriebsmethoden und die dahinterliegende Psychologie. Mit eigenen Beispielen können Sie Vertriebssituationen sowie Verhandlungssituationen trainieren, um Ihr Verhalten bzw. Verhandeln zu optimieren.

Ihr Nutzen

Profiling ist heute eine wichtige Methode, um die Gegenüber besser kennenzulernen. Der Vertrieb und Einkauf haben sich auf etwas Gemeinsames zu einigen. Sie erlernen die Schlüsselfaktoren um einen für beide Seiten erfolgreichen Abschluss zu erreichen und eine nachhaltige geschätzte Win-Win Partnerschaft mit Ihren Kunden zu entwickeln.

Die Inhalte im Überblick

- Vertrieb im Wandel der Zeit – was Sie über moderne Vertriebspraxis wissen sollten
- Definition der Zielkundensegmente und Bedarfsanalysen
- Profiling der Gesprächspartner mit effektiven Methoden und digitalen Medien
- Entscheidungsprozesse und Entscheidungskriterien: Sie erlernen die Bedeutung einer guten Vorbereitung und die Einflussmöglichkeiten
- Die Gesprächsführung ist ein Schlüssel zum Erfolg. Erlernen Sie die wichtigsten psychologischen Hilfsmittel zur Einschätzung Ihres Gesprächspartners während der Verhandlung
- Körpersprache, Mimik und Gestik gehören zur Verhandlung wie das Salz in die Suppe
- Rollenspiele und Feedback verankern das Wissen und Verhalten

Zielgruppe

Verkaufsleiter, Vertriebsmitarbeiter, Projektmanager mit Verkaufsrollen

Trainer

Dr. Christian Kühl, Ralf Strehlau, Gunter Hemmer, Christian Buttgerit

6 Vertrieb und Einkauf

6.4 Einkauf: Faktoren für eine erfolgreiche Verhandlung

Ziel des Seminars

Sie erhalten einen Überblick über Einkaufsmethoden und die dahinterliegende Psychologie. Mit eigenen Beispielen können Sie Einkaufssituationen sowie Verhandlungssituationen trainieren, um Ihr Verhalten bzw. Verhandeln zu optimieren.

Ihr Nutzen

Profiling ist heute eine wichtige Methode, um die Gegenüber besser kennenzulernen. Der Einkauf und Vertrieb haben sich auf etwas Gemeinsames zu einigen. Sie erlernen die Schlüsselfaktoren um einen für beide Seiten erfolgreichen Abschluss zu erreichen und eine nachhaltige geschätzte Win-Win Partnerschaft mit Ihren Lieferanten zu entwickeln.

Die Inhalte im Überblick

- Der Einkauf im Wandel der Zeit – was Sie über moderne Einkaufspraxis wissen sollten
- Definition der Zielsegmente und Bedarfsanalysen
- Profiling der Gesprächspartner mit effektiven Methoden und digitalen Medien
- Entscheidungsprozesse und Entscheidungskriterien: Sie erlernen die Bedeutung einer guten Vorbereitung und die Einflussmöglichkeiten
- Die Gesprächsführung ist ein Schlüssel zum Erfolg. Erlernen Sie die wichtigsten psychologischen Hilfsmittel zur Einschätzung Ihres Gesprächspartners während der Verhandlung
- Körpersprache, Mimik und Gestik gehören zur Verhandlung wie das Salz in die Suppe
- Rollenspiele und Feedback verankern das Wissen und Verhalten

Zielgruppe

Verkäufer, Verkaufsleiter, Projektmanager mit Verkaufsrollen, Einkäufer, Einkaufsleiter

Trainer

Dr. Christian Kühl, Ralf Strehlau, Gunter Hemmer, Christian Buttgerit

6 Vertrieb und Einkauf

6.5 Kompetenzseminar: Erfolgreiches Präsentieren

Ziel des Seminars

Kennenlernen und Verstehen der Vorbereitung, der Durchführung und der Nachbereitung von Präsentationen. Planung und Training des Einsatzes verschiedener Präsentationstechniken. Bedeutung der unterschiedlichen Rollen als Informator, Präsentator, Moderator und Gesprächsleiter.

Ihr Nutzen

Sie lernen Ihr Verhalten in verschiedenen Präsentationssituationen kennen. Durch die Analyse Ihrer Zuhörer erkennen Sie deren Bedürfnisse und Erwartungen an die Präsentationen und können Ihr eigenes Verhalten und die Inhalte an die Situation anpassen. Sie lernen Ihre eigenen Präsentationskompetenzen kennen und wie Sie diese in bestimmten Situationen verbessern und optimal einsetzen können. Sie erkennen die besondere Bedeutung einer guten Vorbereitung und welche grundlegenden Regeln zum Einsatz der Präsentationstechnik eingehalten werden sollten.

Die Inhalte im Überblick

- Bedarfsanalyse der Zielgruppe
- 3 Phasen der Präsentation
- Einsatz der Präsentationstechnik
- Rollenverständnis des Vortragenden
- Der „Elevator Pitch“
- Auftreten und freies Sprechen
- Mimik, Gestik und Körperhaltung
- Fragetechniken, Einwandbehandlung
- Abschluss der Präsentation, nächste Schritte

Zielgruppe

Führungskräfte, Projektleiter und Mitarbeiter

Trainer

Dr. Christian Kühl

6 Vertrieb und Einkauf

6.6 Einkauf: Phasen einer strukturierten Ausschreibung / Geschäftsvergabe

Ziel des Seminars

Sie erhalten einen Überblick über die strategischen und taktischen Einsatzmöglichkeiten der strukturierten und professionellen Geschäftsvergabe, im Großen wie im Kleinen heute ein absolutes Muss. An eigenen und exemplarischen Beispielen können Sie die einzelnen Phasen trainieren, ausarbeiten und Ihr Verhalten bzw. Ergebnis optimieren.

Ihr Nutzen

Ausschreibungen sind noch immer eine wichtige Methode, um sowohl in gesättigten als auch neuen Märkten den Wettbewerb unter den Anbietern zu fördern. Sie sind in Ihrer Beschaffungssituation jederzeit Herr*In dieses Prozesses. Darüber hinaus ist die Kompetenz mit diesem Instrument aus Governance- und Transparenzgründen nach innen und außen und z. B. im gesamten öffentlichen Vergabebereich unerlässlich. Ein weiterer Schritt zu einem nachhaltigen Lieferantenmanagement.

Die Inhalte im Überblick

- Der Einkauf im Wandel der Zeit - kungeln war gestern, was Sie über moderne Ausschreibungen wissen sollten
- Wesentliche Erfolgskriterien Ihrer Ausschreibungen
- Die einzelnen Phasen - strategisch und taktisch nutzen
- Entscheidungsprozesse und Entscheidungskriterien – offen und transparent, aber muss wirklich jeder alles wissen?
- Die Psychologie des Verkäufers: Kennen Sie seine Zwänge, seine Macht, um sich sicher und zielorientiert verhalten und entscheiden zu können?
- Beispiele der Teilnehmer mit Analyse: Bringen Sie Ihr neues Wissen gleich zur Anwendung, experimentieren Sie in der Trainingsblase – mit professioneller Begleitung

Zielgruppe

Einkäufer, Führungskräfte mit Einkaufsaufgaben, Projektmanager mit Einkaufs- / Vertriebsrollen

Trainer

Jost H. Buthmann

6 Vertrieb und Einkauf

6.7 Vertrieb: Phasen einer strukturierten Ausschreibung / Geschäftsvergabe

Ziel des Seminars

Sie erhalten einen Überblick über die strategischen und taktischen Einsatzmöglichkeiten der strukturieren und professionellen Geschäftsvergabe, im Großen wie im Kleinen heute ein absolutes Muss. An eigenen und exemplarischen Beispielen können Sie die einzelnen Phasen trainieren, ausarbeiten und Ihr Verhalten bzw. Ergebnis optimieren.

Ihr Nutzen

Ausschreibungen sind noch immer eine wichtige Methode, um sowohl in gesättigten als auch neuen Märkten den Wettbewerb unter den Anbietern zu fördern. Sie sind in Ihrer Vertriebssituation jederzeit Herr*In dieses Prozesses. Darüber hinaus ist die Kompetenz mit diesem Instrument aus Governance- und Transparenzgründen nach innen und außen und z. B. im gesamten öffentlichen Vergabebereich unerlässlich. Ein weiterer Schritt zu einem nachhaltigen Kundenmanagement.

Die Inhalte im Überblick

- Der Vertrieb im Wandel der Zeit - kungeln war gestern, was Sie über moderne Ausschreibungen wissen sollten
- Wesentliche Erfolgskriterien Ihrer Ausschreibungen
- Die einzelnen Phasen - strategisch und taktisch nutzen
- Entscheidungsprozesse und Entscheidungskriterien – offen und transparent, aber muss wirklich jeder alles wissen?
- Die Psychologie des Einkäufers: Kennen Sie seine Zwänge, seine Macht, um sich sicher und zielorientiert verhalten und entscheiden zu können?
- Beispiele der Teilnehmer mit Analyse: Bringen Sie Ihr neues Wissen gleich zur Anwendung, experimentieren Sie in der Trainingsblase – mit professioneller Begleitung

Zielgruppe

Einkäufer, Führungskräfte mit Einkaufsaufgaben, Projektmanager mit Einkaufs- / Vertriebsrollen

Trainer

Jost H. Buthmann

6 Vertrieb und Einkauf

6.8 Einkauf: Pros und Cons von intern vs. extern erstellter Spezifikationen

Ziel des Seminars

Sie erhalten einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten, Wirkweisen und Ergebnisaussichten beider Arten von Spezifikationen. Der strukturierte und professionelle Einsatz dieses Instrumentes wird an eigenen und exemplarischen Beispielen diskutiert und trainiert, um Ihr Verhalten und Repertoire bzw. Ergebnis weiter zu optimieren.

Ihr Nutzen

Spezifikationen sind immer noch / mehr ein entscheidender Aspekt um mit Ihren Lieferanten die jeweiligen Leistungsparameter und -merkmale, sowie die schriftlichen Vertragsdetails zu vereinbaren. Sie werden in Ihrer jeweiligen Beschaffungssituation jederzeit in der Lage sein dieses Instrument taktisch und strategisch einzusetzen. Darüber hinaus gibt der rechtzeitige Einsatz dieser Wahlmöglichkeit Ihnen eine perfekte Vorlage zur internen Diskussion mit Ihrer F&E Abteilung und dem Vertrieb.

Die Inhalte im Überblick

- Der Einkauf im Wandel der Zeit – technische Kompetenz auch in der Beschaffungsteilung
- Wesentliche Entscheidungskriterien für den Einsatz der einen oder anderen Spezi
- Die einzelnen Aspekte - strategisch und taktisch nutzen
- Reibungs- und Entscheidungsprozesse um die Spezi effizient und effektiv nutzen – mit F&E Abteilungen, intern und extern
- Spezifikationen: Kennen Sie deren Zwänge und Grenzen, um sich sicher und zielorientiert verhalten und entscheiden zu können?
- Beispiele der Teilnehmer und Trainer werden diskutiert und geben konkrete Handlungsorientierung

Zielgruppe

Einkäufer, Fachkräfte in F&E mit Einkaufsbelangen, Projektmanager mit Einkaufs- / Vertriebsrollen

Trainer

Jost H. Buthmann

6 Vertrieb und Einkauf

6.9 Vertrieb: Pros und Cons von intern vs. extern erstellter Spezifikationen

Ziel des Seminars

Sie erhalten einen Überblick über die Einsatzmöglichkeiten, Wirkweisen und Ergebnisaussichten beider Arten von Spezifikationen. Der strukturierte und professionelle Einsatz dieses Instrumentes wird an eigenen und exemplarischen Beispielen diskutiert und trainiert, um Ihr Verhalten und Repertoire bzw. Ergebnis weiter zu optimieren.

Ihr Nutzen

Spezifikationen sind immer noch / mehr ein entscheidender Aspekt um mit Ihren Kunden die jeweiligen Leistungsparameter und -merkmale, sowie die schriftlichen Vertragsdetails zu vereinbaren. Sie werden in Ihrer jeweiligen Vertriebssituation jederzeit in der Lage sein dieses Instrument taktisch und strategisch einzusetzen. Darüber hinaus gibt der rechtzeitige Einsatz dieser Wahlmöglichkeit Ihnen eine perfekte Vorlage zur internen Diskussion mit Ihrer F&E Abteilung und dem Einkauf.

Die Inhalte im Überblick

- Der Vertrieb im Wandel der Zeit – technische Kompetenz auch in der Vertriebsabteilung
- Wesentliche Entscheidungskriterien für den Einsatz der einen oder anderen Spezi
- Die einzelnen Aspekte - strategisch und taktisch nutzen
- Reibungs- und Entscheidungsprozesse um die Spezi effizient und effektiv nutzen – mit F&E Abteilungen, intern und extern
- Spezifikationen: Kennen Sie deren Zwänge und Grenzen, um sich sicher und zielorientiert verhalten und entscheiden zu können?
- Beispiele der Teilnehmer und Trainer werden diskutiert und geben konkrete Handlungsorientierung

Zielgruppe

Vertriebler, Fachkräfte in F&E mit Vertriebsbelangen, Projektmanager mit Einkaufs- / Vertriebsrollen

Trainer

Jost H. Buthmann

7 Preismanagement

Der Preis ist der am meisten unterschätzte Faktor für den Unternehmenserfolg. Preise wirken sich zu 100% auf das unternehmerische Ergebnis aus. Dabei gilt es zum einen die Preisbereitschaft der Kunden zu erkennen und im Preismanagement zu nutzen, zum anderen die festgelegten Preise auch am Markt durchzusetzen. Überhöhte Preise führen unweigerlich zu Kundenunzufriedenheit, werden die Preispotentiale nicht genutzt, entgehen wichtige Chancen für Profitabilität und Umsatz.

Lernen Sie, wie Preise und Konditionen am Markt orientiert ausgestaltet und auch durchgesetzt werden können und tragen Sie damit zum Ausbau Ihres unternehmerischen Erfolgs bei.

Seminarübersicht

- 7.1 Preismanagement in der Praxis
- 7.2 Ersatzteil-Pricing in der Praxis

7 Preismanagement

7.1 Preismanagement in der Praxis

Ziel des Seminars

Einer der wesentlichsten Einflussgrößen gegenüber den klassischen Wachstums- und Kostensenkungsansätzen wird in der Praxis viel zu wenig Beachtung geschenkt – der Steigerung der Verkaufspreise. Dabei wirkt sich der Preis bzw. die Durchsetzung höherer Preise direkt und zu 100 Prozent auf das unternehmerische Ergebnis aus.

Ziel dieses sehr praxisbezogenen Seminars ist es, den verantwortlichen Fach- und Führungskräften das grundlegende Verständnis für die Zusammenhänge und den Einfluss von Verkaufspreisen zu vermitteln. Neben den Mechanismen einer geeigneten Preisfestsetzung nimmt der Bereich Preisdurchsetzung am Markt einen wesentlichen Teil ein.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer lernen die grundsätzlichen Zusammenhänge des Preismanagement kennen und entwickeln ein Verständnis für die Herangehensweise bei der Preisfestsetzung sowie der Durchsetzung im vertrieblichen Alltag.

Die Inhalte im Überblick

- Grundlagen des Pricings
- Auswirkungen von Preisen auf Ergebnis und Umsatz
- Preisbereitschaften erkennen und nutzen
- Mechanismen der Preisfestsetzung
- „Stolpersteine“ bei der Preisdurchsetzung
- Praktische Übungen bei der Preisargumentation

Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebsleiter, Marketingleiter, Pricing Verantwortliche

Trainer

Gunter Hemmer, Ralf Strehlau, Dr. Christian Kühl

7 Preismanagement

7.2 Ersatzteil-Pricing in der Praxis

Ziel des Seminars

Im deutschen Maschinen- und Anlagenbau werden ca. 10 Prozent der gesamten Umsätze und fast ein Drittel des Gewinns mit Ersatzteilen erzielt. Damit liegen die erzielten Margen des Ersatzteilgeschäftes noch über denen des ebenso hochprofitablen Servicegeschäftes. Für viele Unternehmen ist ein positives Unternehmensergebnis ohne den Bereich Ersatzteile kaum darstellbar.

Aber wie werden Ersatzteile richtig bepreist. Die Komplexität des Ersatzteilgeschäftes stellt viele Unternehmen vor die schier unlösbare Aufgabe für tausende von Teilen marktgerechte Preise festzulegen.

Aufgrund der Komplexität wird sich hier in der betrieblichen Praxis sehr häufig auf pauschale Methoden sowie die Betrachtung der umsatzstärksten Teile konzentriert.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer werden in die Lage versetzt Ansätze zu entwickeln, wie ein systematisches Pricing von Ersatzteilen erfolgen kann, welche Chancen und Risiken hierbei bestehen und wie mögliche Vorgehensweisen aussehen können. Bezogen auf die individuelle Themenstellung im Unternehmen werden mögliche Herangehensweisen für die Klassifizierung von Ersatzteilen sowie Ansätze zur Abbildung der Preisbereitschaften entwickelt.

Die Inhalte im Überblick

- Grundlagen des Pricings
- Besonderheiten des Ersatzteil-Pricings
- Klassifizierung von Ersatzteilen
- Mögliche Ansätze zur Abbildung der Preisbereitschaften
- Chancen und Risiken bei der Preisfestsetzung

Zielgruppe

Geschäftsführer, Vertriebsleiter, Marketingleiter, Pricing Verantwortliche

Trainer

Gunter Hemmer

8 Projekt- und Prozessmanagement

Um erfolgreich zu sein, muss sich eine Organisation ständigen Veränderungen stellen. Zu den heutigen Schlüsselkompetenzen für Manager gehören neben Know-how in Projektmanagement auch Fachwissen in Prozessmanagement und Change Management. Denn eine konsequente Ausrichtung am Markt erfordert nicht nur Qualität, sondern auch nachhaltige Change Management Prozesse.

Wir unterstützen Sie dabei, Ihre Aufgabe als Manager von Projekten, Prozessen und Veränderungen erfolgreich auszufüllen.

Seminarübersicht

- 8.1 Projektmanagement
- 8.2 Konflikte in Projekten nachhaltig lösen
- 8.3 Einführung eines Projektportfolio-Managements im Unternehmen
- 8.4 Sanierung gefährdeter Projekte
- 8.5 Erfolgreiches Projekt-Setup

8 Projekt- und Prozessmanagement

8.1 Projektmanagement

Ziel des Seminars

Projektmanagement ist und bleibt die wichtigste Organisationsform, um komplexe Aufgabenstellungen im Unternehmen zu lösen. Eine systematische Qualifizierung aller an Projekten beteiligten Mitarbeiter ist unabdingbar, um die Wirkung von Projektmanagement zu steigern. In diesem Seminar werden nicht nur bewährte Methoden und Standards vermittelt, sondern es wird gleichzeitig die praktische Anwendung der theoretischen Werkzeuge gelehrt.

Ihr Nutzen

Mit Hilfe praxiserprobter Projektmanagement-Techniken interne und externe Projekte erfolgreich führen. Teamprozesse in externen und internen Projektteams steuern und zu einem gemeinsamen Projekt werden lassen.

Die Inhalte im Überblick

- Grundlagen und Anforderungen an das Projektmanagement
- Idealtypische Phasen und Managementebenen
- Rollen und Aufgaben im Projekt
- Projekt-Kick-offs und Aufgabenstrukturierung
- Bausteine der Detailprojektplanung
- Umsetzungsplanung, Roll-out und Abschluss
- Zielführende Projektkommunikation
- Erfolgsfaktoren und "Stolpersteine"
- Praxiserprobte Tools und Instrumente für das Projektmanagement

Zielgruppe

Projektmanager, Führungskräfte

Trainer

Referent in Abstimmung mit der Zielgruppe

8 Projekt- und Prozessmanagement

8.2 Konflikte in Projekten nachhaltig lösen

Ziel des Seminars

Projekte sind mit einer Vielzahl an Herausforderungen gekoppelt, die über die Projektarbeit hinausgehen. Diese Faktoren sind oft maßgeblich für den Erfolg bzw. Misserfolg eines Projektes verantwortlich. Ziel dieses Seminars ist es, den Projekt- oder Teilprojektleitern ein Instrumentarium an die Hand zu geben, das sie schnell in die Lage versetzt Konflikte zu vermeiden, zu erkennen und dann zu lösen.

Ihr Nutzen

Das Seminar bietet Ihnen Anregungen und praktische Tipps zum konstruktiven und souveränen Umgang mit Störungen und Konflikten im Projekt. Sie lernen, Problemfelder frühzeitig zu erkennen, zu analysieren und zu beseitigen. Damit werden Sie in die Lage versetzt, sich im Projekt auf die tatsächlichen Inhalte zu konzentrieren und Faktoren, die maßgeblich für run-away Projekte verantwortlich sind, zu eliminieren.

Die Inhalte im Überblick

- Zusammensetzung des Projektteams
- Schlüsselfaktoren für den Projekterfolg
- Interessen der Projektmitglieder
- Projektkommunikation
- Konflikt- und Problembewältigungstechniken
- Verhaltensmuster in Konfliktsituationen
- Moderations- und Kreativitätstechniken
- Zusammenarbeit im Team
- Führen in Projekten

Zielgruppe

Projektmanager, Führungskräfte

Trainer

Referent in Abstimmung mit der Zielgruppe

8 Projekt- und Prozessmanagement

8.3 Einführung eines Projektportfolio-Managements im Unternehmen

Ziel des Seminars

Konzeption eines strategischen Steuerungsinstruments für Projekte inklusive Reporting- und Monitoring-Strukturen. Investitionsentscheidungen richtig und sichtbar steuern auf Basis der aktuellen und geplanten Projektlandschaft. Schnell und flexibel über Investitionen entscheiden. Deutlich definierte Projektabläufe etablieren und den Change-Prozess effektiv steuern.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer lernen die grundsätzlichen Elemente eines Projektportfolio-Managements kennen. Darüber hinaus werden Orientierungspunkte im Rahmen der Konzeptions- und Umsetzungsphase für ein Projektportfolio-Management in Unternehmen mitgeben.

Die Inhalte im Überblick

- Begriffe und Einordnung
- Portfolio-Management im Spannungsfeld von Strategie und Umsetzung
- Funktionsweise, Methoden, Prozesse und Organisationsstrukturen
- Management von Erwartungen und Akzeptanz
- Aufsetzen von Reporting- und Monitoring-Strukturen
- Stufenweise Implementierung
- Einschätzung des eigenen Stands

Zielgruppe

Projekt-, Programm- und Portfoliomanager, Führungskräfte der 1. und 2. Führungsebene

Trainer

Bert Klingsporn, Christian Buttgerit, Ralf Strehlau, Manuel Czwalina

8 Projekt- und Prozessmanagement

8.4 Sanierung gefährdeter Projekte

Ziel des Seminars

Gezielte Analyse der Stärken und Schwächen eines einzelnen Projektes oder des gesamten Projektmanagements anhand eines standardisierten Reifegradmodells. Transparenz schaffen durch eine neutrale Sicht auf Projektvorhaben. Risiko des Scheiterns minimieren. Entwicklung eines strukturierten Plans mit Optimierungsmaßnahmen, um Projektzielsetzungen (wieder) zu erreichen.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer lernen eine standardisierte Reifegradbewertung kennen um ein gefährdetes Projekt und dessen Probleme strukturiert und objektiv anzugehen. Die Überprüfung eines Projektes vor, während und nach der Umsetzung vor dem Hintergrund der Risiken, Erfolgsfaktoren und möglichen Optimierungsmaßnahmen.

Die Inhalte im Überblick

- Frühindikatoren für gefährdete Projekte und Präventivmaßnahmen
- Einführung in das Reifegradmodell: Kategorien und Kriterien
- Planung und Durchführung einer Bewertung
- Transparenz- und Dokumentationsregeln
- Erstellung eines Sanierungsplans
- Turnaround und Stabilisierung des Projektes

Zielgruppe

Projekt- und Programmmanager, Führungskräfte der 1. und 2. Führungsebene

Trainer

Bert Klingsporn, Christian Buttgerit, Ralf Strehlau, Manuel Czwalina

8 Projekt- und Prozessmanagement

8.5 Erfolgreiches Projekt-Setup

Ziel des Seminars

Zusammenstellung effektiver Projektteams, ggf. unter Einbeziehung cross-funktionaler Bereiche und externe Dienstleistungsunternehmen. Einsatz von aktuellen Methoden und Tools zur inhaltlichen und personellen Initiierung von Projekten und Programmen.

Ihr Nutzen

Die Teilnehmer erlangen ein tiefes Verständnis über die zeitgemäße Zusammenstellung von Teams und Projekten sowie den Einsatz von Methoden und Tools für ein effektives Setup. Sie lernen mögliche Stolperfallen zu antizipieren und zu vermeiden.

Die Inhalte im Überblick

- Stakeholder-Management
- Vorgehensweisen bei der Projektzieldefinition und Ermittlung des Projektumfangs
- Konzeptioneller Aufbau der Projektorganisation
- Wichtige Planungsmethoden
- Umgang mit Komplexität und Veränderungen
- Verfassen eines Risikokatalogs
- Einsatzmöglichkeiten von Methoden und Tools für ein effektives Projekt-Setup

Zielgruppe

Projekt- und Programmmanager, Projektinitiatoren, Innovations- und Entwicklungsverantwortliche

Trainer

Bert Klingsporn, Christian Buttgerit, Manuel Czwalina

9 Compliance

Die gesetzlichen Vorschriften für GmbHs und Aktiengesellschaften sind sehr eindeutig und verlangen vom Vorstand oder Geschäftsführer die Einrichtung eines effizienten Compliance Management Systems. Dieses System sollte die Prävention, Detektion und die Nachbesserung im Ereignisfall gewährleisten.

Schulungen und Audits dienen der Kommunikation und Kontrolle. Die Einrichtung einer Whistleblower Hotline sollte frühzeitig Ereignisse aufdecken.

Doch die Einführung von Regeln und Gesetzen allein reicht nicht aus. Entscheidend ist die Wirksamkeit der Maßnahmen. Deshalb spielt zusätzlich das persönliche Verhalten, dieses haben vergangene Fälle immer wieder gezeigt, in der Compliance Situation über alle Vorschriften hinaus eine bedeutende Rolle.

Seminarübersicht

9.1 Compliance Management: Grundlagen und Verhalten

9 Compliance

9.1 Compliance Management: Grundlagen und Verhalten

Ziel des Seminars

Wir vermitteln Ihnen die Mindestanforderungen, die ein Compliance Management System erfüllen sollte. Sie erfahren welche Governance Struktur und Organisation notwendig ist, welche Schulungen sinnvoll sind und wie man ein Whistleblower System einsetzen könnte. Zusätzlich zeigen wir Ihnen in Übungen, wie man durch Profiling das Verhalten in bestimmten Compliance Situationen erkennen und beeinflussen kann.

Ihr Nutzen

Sie erkennen den Umfang und die Vorteile eines den Mindestanforderungen genügenden Compliance Management Systems. Es wird aufgezeigt, welche Bedeutung gerade die Verhaltensschulung in Compliance Situationen neben der Einhaltung von Regeln und Gesetzen hat.

Die Inhalte im Überblick

- Compliance Situationen und Beispiele
- Anforderungen an ein Compliance Management System
- Governance Strukturen und Regelwerke
- Compliance Management Organisation
- Methoden zur Beeinflussung von Compliance Situationen
- Profiling von Gesprächspartnern
- Compliance Management Verhaltenskompass
- Verhalten in Sondersituationen, Whistleblowing

Zielgruppe

Geschäftsführer, Führungskräfte, Compliance Management Verantwortliche, Mitarbeiter

Trainer

Dr. Christian Kühl

Ergänzende Informationen

Die ANXO Management Consulting GmbH

Die ANXO Management Consulting GmbH wurde 2002 durch den Eigentümer und Geschäftsführer Ralf Strehlau als Management Beratung mit Sitz in Frankfurt am Main ins Leben gerufen.

Die ANXO hat ihre Wurzeln im Bereich der marktorientierten Unternehmensführung. Veränderungsprozesse im Bereich Strategie, Marketing und Vertrieb zu gestalten und zu begleiten gehört seit vielen Jahren zu unseren Kernkompetenzen. Darüber hinaus verfügen wir über sehr spezialisiertes Know-how in den Bereichen Preismanagement sowie Servicemanagement und Digital Business.

Steuerung von Veränderungsprozessen				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reorganisation / Restrukturierung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kostensenkungsprogramme 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Programm- & Transformationsmanagement 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interims-Management 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Projektmanagement und Implementierungskontrolle
Strategie	Marketing	Vertrieb	Finanzen/Controlling	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ (Digitale) Strategieentwicklung ▪ Geschäftsmodellentwicklung ▪ Markt- und Wettbewerbsanalyse ▪ Begleitung und Koordination von M & A-Prozessen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (Digitale) Marketing-Strategie ▪ E-Commerce und Social Media ▪ Go-to-Market Strategie ▪ Lead Management ▪ Preismanagement ▪ Customer Relationship Management ▪ Customer Portfolio Management 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Optimierung des Vertriebes ▪ Distribution and Channel Strategie ▪ Sales Network Effectiveness ▪ Analyse und Optimierung der Prozesse ▪ Sales Excellence ▪ Service / After Sales 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Weiterentwicklung Controlling, KPI-Reporting, Kalkulation, Rechnungswesen, Investitionsrechnung ▪ Strategische und operative Planung ▪ Berichtswesen f. Banken und Gesellschafter ▪ Risk Management 	
Personalmanagement				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ HR-Strategie und -Prozesse 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coaching und Mitarbeiterentwicklung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Qualifikations- und Potenzialanalysen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Personalauswahl und Recruiting 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Führungskräfte trainings und Mitarbeiterfortbildungen
Informationstechnologie				
<ul style="list-style-type: none"> ▪ IT-Strategie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Koordination Einführung ERP-Systeme 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ IT-Review / -Audit 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sanierung von IT-Projekten / Programmen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Optimierung der IT vor dem Hintergrund der Digitalisierung

Die ANXO versteht sich als Beratungsmanufaktur, die ihren Schwerpunkt immer in Richtung umsetzbarer und nachhaltig wirkender Optimierungsansätze legt. Unser Ziel ist es, die erarbeiteten Ansätze gemeinsam mit unserem Kunden auch in der betrieblichen Praxis nachhaltig und wirksam umzusetzen.

Um diesen Anspruch, d.h. einer nachhaltigen Veränderung in Unternehmen – vom Konzept bis zur messbaren Umsetzung und sogar über das Projektende hinaus – gerecht zu werden, haben wir mit der Steuerung von Veränderungsprozessen und dem Personalmanagement zwei weitere, zentrale Beratungsschwerpunkte in unserem Portfolio, so dass wir auch in Projekten unterschiedliche, auf die Bedürfnisse des Mandanten zugeschnittene Rollen, vom Berater bis zum Coach oder Interimsmanager, übernehmen können.

Zum Team der ANXO zählen Berater und Trainer, die in unterschiedlichen Branchenfeldern zu Hause sind. Aus vorherigen Tätigkeiten in der Industrie und bei Beratungsunternehmen haben sie ein hohes Maß an Kompetenz und Erfahrungen erworben. Die unterschiedlichen Backgrounds ergeben für unsere Kunden die richtige Mischung, um praktikable und sinnvolle Lösungen umzusetzen. Professionalität, Know-how sowie eine hohe Kommunikationsfähigkeit zeichnen jedes unserer Teammitglieder aus und garantieren so eine hohe Beratungsqualität.

Praxisorientierte Lernmethode

Welche weltweit bewährte Lernmethode ist Grundlage der Schulungen und Trainings?

Die gesamten Schulungs- und Trainingskonzepte sind praxisorientiert und auf hohe Effizienz und Effektivität ausgerichtet. Dieses erreichen wir durch die Nutzung der bewährten Feynman¹⁾ Lernmethode, die sich für alle aber insbesondere für schwierige und komplexe Sach- und Verhaltensthemen im Berufsalltag eignet.

Was zeichnet diese Methode aus:

- Reduktion von Themen auch bei hoher Komplexität auf einfache für jeden Teilnehmer nachvollziehbare Teilschritte
- Frühzeitige Übungen anhand von Realsituationen der Teilnehmer und / oder gestellten Trainingssituationen
- Erarbeitung der Wissens- und Verhaltenslücken im Teilnehmerkreis
- Schulung der methodischen Hilfsmittel zur Bewältigung der Lücken erst nach den Übungserfahrungen
- Weitere Übungen zur Festigung des erlernten Wissens mit den methodischen Grundlagen
- Intensives Feedback innerhalb der Teilnehmergruppe, Feedback als Geschenk sehen
- Maßnahmenplan je Teilnehmer zur weiteren Entwicklung
- Einsatz des Wissens im Alltag durch Teilnehmer
- Überprüfung der Nachhaltigkeit des Erlernten in einem Folgetraining oder durch Interview/ Coaching

¹⁾ Richard Feynman, amerikanischer Physiker und Nobelpreisträger, Erfinder der Feynman Lernmethode zur Vereinfachung von komplexen und komplizierten Themen

Seminare und Webinare

ANXO bietet alle Trainings und Seminare sowohl als Präsenzveranstaltungen als auch als Webinare an.

Die Webinare umfassen als wichtige Komponenten die Webinar-Einheiten, die Aufgaben, das Feedback und optional natürlich auch das Coaching. Jedes Webinar kann auf die Bedürfnisse Ihrer Firma zugeschnitten werden. Die Teilnehmerzahlen je Webinar sind abhängig von Ihren Zielen. Wenn Sie eine intensive und interaktive Gruppendynamik auch bei den Aufgabenlösungen wünschen, dann haben sich 10 - 12 Teilnehmer bewährt. Sollten Sie eine große Zielgruppe mit informativen Themen, überschaubaren Prozessen und einfachen Aufgabenstellungen trainieren wollen, dann sind auch 25 -30 Teilnehmer möglich.

Die Anzahl der Webinar-Einheiten variiert nach Seminartyp und -länge und das Webinar kann als eine Einheit oder auch eine Vielzahl von Einheiten in zeitlich abgesetzter Folge stattfinden. Dieses richten wir nach Ihren Wünschen aus.

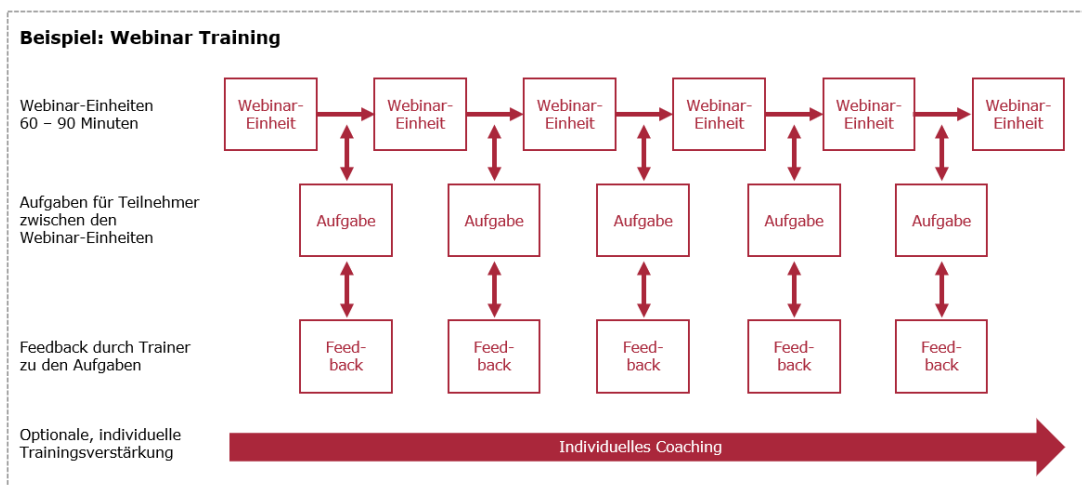


Abb.: Webinar Grundstruktur der ANXO Akademie

Jede Sitzung kann zudem mit interaktiven Elementen wie Umfragen, Live-Diskussionen, Video-Breakout-Räumen für zusätzliche Übungen und digitalen Whiteboards über sehr benutzerfreundliche Video-Plattformen ausgestaltet werden.

Der Raum zwischen den Webinar-Einheiten ist der perfekte Zeitpunkt, um das Lernen am Arbeitsplatz anzuwenden und eine weitere Vertiefung des Wissens zu erreichen. Dies ist ein zentraler Vorteil der Webinare im Vergleich zu den Präsenztrainings. Außerdem kann der Trainer während der Webinar-Einheiten anhand der Aufgabenlösungen genau prüfen, ob die Lerninhalte von den Teilnehmern tatsächlich angewendet werden können. Bei Bedarf kann

dementsprechend schon bei der nächsten Webinar-Einheit nachgesteuert werden. Je nach Bedarf können einzelne Teilnehmer auch durch ein individuelles Coaching unterstützt werden.

Was ist das Besondere an dieser ANXO Vorgehensweise und welchen Nutzen haben Sie?

- Die Teilnehmer erhalten in jeder Webinar-Einheit neben den Lerninhalten eine kurze Information als Instruktion, Lektion oder Konzept
- Nach der Webinar-Einheit bekommen dann alle Teilnehmer eine auf ihr Berufsfeld bezogene Aufgabe und können so die vermittelte Instruktion, Lektion oder ein Konzept sofort im Berufsalltag anwenden.
- Die Erarbeitung kann als Einzelperson oder in der Gruppe erfolgen.
- Die schnelle Umsetzung in den Berufsalltag führt zu einer unmittelbaren Erfahrung und damit verbundenen Selbstreflektion, die dann jeder Teilnehmer in einer schriftlichen Aufgabenlösung festhält.
- Es werden auch Fragen und Verbesserungsvorschläge der Teilnehmer in die Lösung aufgenommen, die dann innerhalb der Gruppe in der folgenden Webinar-Einheit präsentiert, diskutiert und mit Feedback versehen werden.
- Die neue Erfahrung der Teilnehmer wird so direkt mit der Arbeitswelt verknüpft und kann in ihrer Wirksamkeit unmittelbar erlebt werden. Die Teilnehmer können so spüren, ob das Erlernte für sie eine Relevanz im Berufsalltag hat.
- Eine zusätzliche Verankerung wird oft dadurch erreicht, dass sich die Teilnehmer innerhalb der Gruppenarbeiten das Lernkonzept nochmals aus verschiedenen Perspektiven erklären. So können auch komplexe Aufgabenstellungen in einfachen und nachvollziehbaren Schritten beschrieben und umgesetzt werden.
- Das zusätzliche Prüfen aller Aufgaben und die Einschätzung des Trainers führen darüber hinaus zu einer Erfassung der Umsetzungstiefe bei jedem Teilnehmer im Vergleich zur ganzen Gruppe und fließen so in das individuelle Feedback ein.
- Die Kombinationen der Webinar-Einheiten, der Aufgabenstellungen und der Feedbacks ermöglichen so über die Zeitachse eine mehrstufige Mess- und Überprüfbarkeit des Lernerfolges. Der Lernerfolg der Teilnehmer ist so schon während des Trainings erkennbar und es kann bei Bedarf nachgesteuert werden.

Kompetenzen entwickeln

Wie finden Sie die richtigen Seminare für Ihre Mitarbeiter und Führungskräfte?

Vor dem Hintergrund eines zunehmenden Engpasses an qualifizierten Mitarbeitern und Führungskräfte ist die Aus- und Weiterbildung eine wichtige Säule zur Stärkung des Unternehmenserfolges. Die zentrale Frage ist jedoch oft, welche Schulung ist sinnvoll und welche Kompetenzen sollen entwickelt werden?

Aus diesem Grunde ist es wichtig, sich aus den Unternehmenszielen und -werten die Eckpunkte und Leitlinien für ein Ausbildungsprogramm zu erarbeiten, welches dann als Grundlage für Schulungen eingesetzt werden kann.

Beispiele für diese Werte finden Sie in der tabellarischen Übersicht mit eher nach Außen und eher nach Innen gerichteten Beispielen.

Nach Außen gerichtet	Nach Innen gerichtet
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kundenorientierung ▪ Nutzen ▪ Qualität ▪ Zuverlässigkeit ▪ Seriosität ▪ Kreativität ▪ Innovation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Offenheit ▪ Ehrlichkeit ▪ Vertrauen ▪ Verantwortung ▪ Motivation ▪ Gegenseitige Achtung ▪ Ergebnisse ▪ Erfolg ▪ Spaß / Freude ▪ Team ▪ Loyalität

Aus diesen und weiteren Werten lassen sich dann die Ausprägungen der Kompetenzen für Mitarbeiter und Führungskräfte ableiten, die eine Firma benötigt.

Die Kompetenzen von jedem Mitarbeiter in Bezug auf die gewünschten bzw. erforderlichen Werte lassen sich an den folgenden 9 Kernkompetenzen beschreiben:

- Kundenorientierung
- Verantwortliches Handeln
- Ergebnisorientierung
- Problemlösungskompetenz
- Kommunikation
- Gestalten effektiver Arbeitsbeziehungen
- Organisieren
- Fördern von Innovationen und Veränderungen

Für Führungskräfte gelten zusätzlich noch drei weitere Kernkompetenzen:

- Führen mit Zielen & Integrität
- Fördern & Managen von Leistungen
- Strategisches Denken & Handeln

Durch gezielte Schulungsmaßnahmen lassen sich jetzt sowohl einzelne, aber auch eine größere Anzahl von Kompetenzen gezielt stärken und entwickeln. ANXO unterstützt Sie gerne bei der Entwicklung eines Ausbildungsprogramms abgeleitet aus Ihren Firmenwerten.

In der beiliegenden Übersicht finden Sie eine Zuordnung der Seminarinhalte auf die verschiedenen Kompetenzen, die mit dem Seminar gestärkt werden sollen.

Kompetenzen entwickeln

Zuordnung der Schulungsinhalte zu Kompetenzbereichen

Schulungsprogramm	Kompetenzen Mitarbeiter										Führungskräfte				
	Kundenorientierung	Verantwortliches Handeln	Ergebnisorientierung	Problemlösungskompetenz	Kommunikation	Gestalten effektiver Arbeitsbeziehungen	Organisieren	Fördern von Innovationen und Veränderungen	Fachliche Kenntnisse & Weiterbildung	Führen mit Zielen & Integrität	Fördern & Managen von Leistungen	Strategisches Denken & Handeln			
I Strategie und Management															
1 Management Development Programm															
2 Grundlagen des Change Management															
II Führung															
1 Grundlagen der Mitarbeiterführung															
2 Führen von Mitarbeitergesprächen															
3 Erfolgsfaktoren der Verhandlungsführung															
4 Kündigungsgespräche kompetent konzipieren und führen															
III Leadership und Soft Skills															
1 Effiziente und zielgerichtete Kommunikation															
2 Zeit- und Selbstmanagement															
3 Moderation von Workshops und Meetings															
4 Create your own personal brand															
5 Achtsamkeit im Arbeitsalltag															
IV Digitalisierung															
1 Einführung in die Digitalisierung															
2 Umgang mit Online-Betrug															
V Marketing															
1 Social Media Management B2B															
2 Webtracking B2B															
VI Vertrieb und Einkauf															
1 Erfolgsfaktoren eines effizienten Vertriebs															
2 Akquisition und Kontaktaufnahme															
3 Vertrieb: Faktoren für eine erfolgreiche Verhandlung															
4 Einkauf: Faktoren für eine erfolgreiche Verhandlung															
5 Erfolgreiches Präsentieren															
6 Einkauf: Phasen einer strukturierten Ausschreibung															
7 Vertrieb: Phasen einer strukturierten Ausschreibung															
8 Einkauf: Spezifikationen - Fremde vs Eigene															
9 Vertrieb: Spezifikationen - Fremde vs Eigene															
VII Preismanagement															
1 Preismanagement in der Praxis															
2 Ersatzteil-Pricing in der Praxis															
VIII Projekt- und Prozessmanagement															
1 Projektmanagement															
2 Konflikte in Projekten nachhaltig lösen															

Abbildung: Zuordnung der Schulungsinhalte zu Kompetenzentwicklungsbereichen

ANXO

Wir verändern Ihre Welt.

Kontakt

Bolongarostraße 103

65929 Frankfurt am Main

Tel.: +49 (0) 6192 40269 0

Fax: +49 (0) 6192 40269 29

Mail: info@anxo-consuting.com

www.anxo-consulting.com