

GRUNDLAGEN DES MANAGEMENTS – das Grundgerüst für ganzheitliche Unternehmensführung



Managementausbildung

Ausbildungsziele

Um ein Unternehmen mit mehreren Mitarbeitern erfolgreich zu führen und zu steuern, benötigt jede Führungskraft einen entsprechenden Instrumentenkoffer. Neben den eigentlichen Kernaufgaben und dem erlernten und praktizierten Fach- und Branchenwissen müssen die Funktionen und Aufgaben sowie die Arbeitsabläufe und Prozesse aller Unternehmenseinheiten und -abteilungen zumindest nachvollzogen werden können. Das Zusammenführen, Beeinflussen und Steuern aller Teilbereiche eines Unternehmens in Verbindung mit effektiver und motivierender Mitarbeiterführung zeichnen das perfekte Management aus. Nur so werden die Faktoren von Führung und Management zu einem harmonischen Ganzen und das Unternehmen wird erfolgreich.

Die Ausbildung soll angehenden Top-Führungskräften helfen, einen Betriebsablauf umfassend zu verstehen und alle relevanten Teilbereiche des Unternehmens als Ganzes zu begreifen und zu gestalten. Gegenseitige Abhängigkeiten werden genauso deutlich wie die grundlegenden Funktionen einzelner Schwerpunktabteilungen.

Ausbildungsinhalt

Die Ausbildung besteht aus 5 thematisch unabhängigen Ausbildungsblöcken, diese umfassen alle wesentlichen Grundvoraussetzungen für effektives Management:

- Finanzen & Controlling
- Strategie, Marketing und Vertrieb
- Projektmanagement und Organisation
- Kommunikation und Präsentation
- Führung und Persönlichkeit

Ansprechpartner: Falk Al-Omary

SPREEFORUM INTERNATIONAL GmbH
Trupbacher Straße 17
57072 Siegen

Tel.: +49 (0)271 3130909
Mobil: +49 (0)171 2023223
Fax: +49 (0)271 3032904

falk.al-omary@spreeforum.com
www.spreeforum.com

Methoden

Vorträge, Diskussionen, Einzel- und Gruppenarbeiten, Statements, Erfahrungsaustausch, Workshops, Coachingelemente

Gesamtdauer

21 Tage

Ausbildungskosten und -bedingungen finden Sie auf Seite 7.

SPREEFORUM INTERNATIONAL

Symbiose aus Beratung und Agentur



Ausbildungsinhalte (Block I–V)

Block I

Finanzen & Controlling – Steuerung mit Zahlen und Kennzahlen

Bilanzen lesen und verstehen

- Bilanzprinzipien / Aufbau und Struktur der Bilanz
- Anlage- und Umlaufvermögen, Eigen- und Fremdkapital, Rückstellungen
- Funktion von Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung sowie Kapitalflussrechnung (Cashflow)
- Bedeutung der einzelnen Kennzahlen und ihre Steuerungsmöglichkeiten
- Bilanzgestaltung
- Bilanztestat
- Liquiditätsanalyse und Finanzierungsinstrumente
- Verbesserung von Ertragskraft und Cashflow mit Hilfe der Bilanzanalyse
- Bilanzen und Rating (Basel II) – Anforderungen von Banken an den Jahresabschluss
- Steuerbilanzen und Handelsbilanzen
- Konzernbilanzen
- Handelsrecht und internationale Rechnungslegung

Controlling für Nichtkaufleute

- Operatives Controlling – Einführung in die Grundlagen der Kosten- und Leistungsrechnung, Kosten- und Erlösrechnung, Deckungsbeitragsrechnung, Profitcenter und die modernen Kennzahlen

- Controlling als Führungsinstrument – Management-Tools, Management-Erfolgsrechnung, Prozesscontrolling, Target Costing, Benchmarking und Analyseinstrumente
- Planungs- und Budgetierungsprozesse mit Hilfe des Controllings
- Ganzheitliche Controllinginstrumente anhand der Balanced Scorecard
- Strategisches Controlling – Produktlebenszyklus, Erfahrungskurvenkonzept, SWOT-Analyse, Portfolio-Analyse

Kostenmanagement und Kostenplanung

- Analyse von Kostenstrukturen / Identifikation von Kostentreibern
- Economic Value Development
- Analyse von Wertschöpfungsketten
- Sinnvoller Einsatz von Benchmarking
- Portfolio-Analysen professionell nutzen
- „Market into Company“: Unterscheidung zwischen marktnahen und marktfernen Leistungen
- Nutzung von Zero Based Planning als Instrument gegen die automatisierte Kostenspirale
- Target Costing: Sparen als strategisches Unternehmensziel
- Bonussysteme als Anreiz zum Sparen für Ihre Mitarbeiter
- Kosten sparen durch sinnvolles Outsourcing

Dauer Block I: 5 Tage



Trainer Block I: Volker Schulte

Volker Schulte hat nach seinem Wehrdienst seinen Diplom-Finanzwirt (Fachhochschule für Finanzen, Schloss Nordkirchen) absolviert. An der Martin-Luther-Universität examinierte er als Diplom-Kaufmann. Als Berater – unter anderem bei der KPMG – verfügt er über ein breites Fachwissen und langjährige Führungserfahrung. Seit 2003 leitet er als Direktor der Ravensberger Holding Ltd. das Seminar- und Beratungsgeschäft. Volker Schulte ist Mitglied der Schmalenbachgesellschaft für Betriebswirtschaft e. V. und der Deutschen Gesellschaft für Projektmanagement e. V.



Strategie, Marketing und Vertrieb – Zusammenhänge im Unternehmen

Die Bedeutung einer Unternehmensstrategie

- Strategien seit Beginn der Menschheit
- Strategien in der Natur
- Strategien für Wirtschaftsunternehmen

Die Bedeutung des Marketings im Rahmen der Strategie

Kundenorientierung

- Bedeutung und Begriff des Marketings
- Wandel des Marktes
- Stellenwert des Marketings im Unternehmen
- Ziele des Marketings
- Marketingkonzept

Marktanalyse

- Wesen und Methoden der Marktforschung: Primär- und Sekundärforschung
- Gegenstände der Marktanalyse und Marktforschung: Öffentlichkeit, Lieferanten, Wettbewerb, Zielgruppen-, Kunden- und Produktanalyse
- Trends, Kundenverhalten, demografische Entwicklung, wirtschaftliche Rahmenbedingungen

Analyse des eigenen Betriebes

- Marketingstrategie
- Festlegung von Kundengruppen
- Festlegung der Leistungsfelder
- Analyse der Geschäftsfelder
- ABC-Kunden-Analyse

Strategische Möglichkeiten

- Wachstum, Spezialisierung, Diversifikation oder Angebot von Dienstleistungen
- Produkt-, Sortiments- und Vertriebspolitik
- Unternehmensbild und Unternehmenskultur

Marketingziele

- Mögliche Gliederung einer Marketing-Konzeption
- Ziele und Teilziele festlegen
- Umsatz- und Absatzplanung

Die Bedeutung des Vertriebs im Rahmen des Marketings

- Betriebswirtschaftliche Begriffe verstehen und nutzen
- Die Gewinnschwellenrechnung im Verkauf
- Mehr Nachlass – noch mehr Umsatz
- Sichere Preisentscheidungen mit der ISO-Deckungsbeitragstabelle
- Bewertungsschema zur Kundenklassifizierung
- Festlegung der Besuchs- und Kontakthäufigkeit beim Kunden
- Ermittlung von Absatzkennziffern
- Ermittlung von Marktausschöpfungskoeffizienten
- Berechnung von Absatzkennziffern
- Berechnung von Marktausschöpfungskoeffizienten
- Durchführung leistungsgerechter Verkaufsplanungen
- Kennzahlenentwicklung zur Verkäuferkontrolle
- Auswertung von Kennzahlen
- Checkliste zur Ermittlung von Stärken und Schwächen im Vertrieb
- Vergütungsmöglichkeiten für den Vertrieb auf Basis vereinbarter Ziele

Das Verkaufsgespräch mit Charme zum Abschluss führen

- Sympathische Gesprächseröffnung und Gesprächsführung
- Typologisch orientierter Verkauf
- Überzeugende Argumentation, eindrucksvolle Demonstration, richtige Einwandbehandlung, professioneller Abschluss und Nachbetreuung

Die Bedeutung der Mitarbeiterführung im Rahmen des Vertriebs

- Von der Person des Verkäufers hängt vieles ab – die richtige Mitarbeiterauswahl
- Das Verhältnis zwischen Innen- und Außendienst
- Führungskultur als bedeutendes wirtschaftliches Instrument
- Führen heißt motivieren – das limbische System
- Der Unterschied zwischen dem Vorgesetzten und einer Führungskraft
- Die Grenzen des imperativen Führungsstils
- Das Mitarbeitergespräch
- Testen Sie Ihre innere Einstellung
- Grundsatzfragen an Führungskräfte

Dauer Block II: 5 Tage



Trainer Block II: Bertram Schneider

Bertram Schneider, Jahrgang 1949, Unternehmensberater und Trainer sowie Mitgesellschafter der Spreeforum International GmbH. Davor war er vier Jahre Mitglied der Geschäftsleitung bei einer Baustoff-Aktiengesellschaft, sieben Jahre Geschäftsführer Vertrieb und Marketing, elf Jahre Verkaufsleiter und Prokurist. Bisherige Buchveröffentlichungen: Erfolgsfaktor Führungskultur, Marketing für Bauunternehmer, Die Macht der Strategie, Verkaufen ist mehr als Preisdumping.



Block III

Projekt-Management und Organisation – Projekte und Prozesse verstehen, steuern und beeinflussen

Einführung in das Projekt-Management

- Geschichte und Definitionen
- Projektprofile / Projektarten
- Primär- und Sekundärorganisation
- Projektlebenszyklus / Projektphasen / Meilensteine
- Projektorganisation / Das Projektteam und sein Umfeld

Transaktion

- Warum scheitern Projekte?
- Die größten Fehler!
- Projekt-Management – warum?

Projekt-Start-up

- Projekt-Kick-off / Entstehung von Projekten
- Zielfindung und Zielsetzung
- Projektabgrenzung und Kontextanalyse
- Projektauftrag

Projektplanung

- Aufgabensammlung
- Projektstrukturplan
- Arbeitspaketspezifikation
- Ablauf- und Terminplanung
- Meilensteine und Abhängigkeiten
- Ressourcen- und Personaleinsatzplan
- Budgetplan / Projektkostenplan
- Abschätzung von Aufwand und Kosten
- Weitere Planungsgrundlagen

Projektsteuerung und -controlling

- Projektcontrolling
- Projektfreigabe / MTA
- Kosten- und Leistungscontrolling
- Projektinformation
- Interne und externe Projektkommunikation

Projektabschluss

- Berichterstattung und Projektdokumentation
- Projektauswertung und Erfolgskontrolle

Dauer Block III: 3 Tage



Trainer Block III: Markus Böddeker

Markus Böddeker war ursprünglich gelernter Landwirt, ehe er Ende der 80er-Jahre die Branche wechselte und bei einem international tätigen Technologiekonzern nochmals ganz von vorne anfang. Seine Aufgaben waren das Projektmanagement großer und mittlerer Projekte. Hier ließ er sich auch als Projektmanager zertifizieren. Seine eigentliche Leidenschaft ist aber immer der Vertrieb gewesen. Er baute Vertriebsteams bundesweit auf, leitete diese und war verantwortlich für Akquise, Angebotserstellung und Auftragsabschluss für Konzerne und mittelständische Betriebe einschließlich der Übergabe der Aufgaben an die eigentlichen Dienstleister. Mit Menschen kommunizieren und arbeiten ist seine große „Leidenschaft“. Seit Anfang 2009 ist er Geschäftsführer der „BE-Coaching-Partner UG (haftungsbeschränkt)“ und neben der vertrieblichen Tätigkeit in Beratungs- und Coaching-Projekten unterwegs.



Kommunikation – Verhandeln, Moderieren, Präsentieren und Positionieren – die Soft Skills einer Führungskraft

Verhandlungen

- Verhandlungen richtig vorbereiten
- Der Gesprächspartner – von Menschen, Interessen und Motiven
- Angebote unterbreiten, Einwände entkräften
- Verhandlungen abschließen und nachbereiten
- Verhandlungskommunikation und Verhandlungstechniken – Elemente der Steuerung und Zielführung
- Grundlagen und Wirkungsweisen der Verhandlungskommunikation
- Verhandlungsrhetorik wirkungsvoll einsetzen
- Mit Fragen führen und wichtige Erkenntnisse gewinnen
- Verhandlungstechniken und was wir davon nutzen können
- Verhandlungsstrategien, Verhandlungstaktiken – kontrolliert handeln zwischen Frontstellung und Kompromisslinie
- Grundlagen strategischen Handelns und taktischer Maßnahmen

Kundenkommunikation

- Grundlagen der Kommunikation – Funktion und Wirkung
- Wirkungsgrade von Kommunikation – wie aus Kontakten Beziehungen werden
- Anlässe für Kommunikation erkennen und nutzen – Ihre Kommunikation, Ihr Erfolg
- Strategisch kommunizieren – Briefe, Telefonate und E-Mails für Ihre positive Außendarstellung nutzen
- Unterschiede privater und beruflicher Kommunikation – kleine Änderungen mit großer Wirkung
- Wertschätzende Briefe verfassen – von Empfängerorientierung und positiven Botschaften
- Wertschätzende Onlinekommunikation – die Möglichkeiten des Internets für Ihre Kommunikation der Höflichkeit und Serviceorientierung

- Wertschätzende Telefonate – planen, fragen und führen mit Sprache und Stil
- Wertschätzung in der persönlichen Begegnung – Worte, Formulierung, Körpersprache und Persönlichkeit im direkten Dialog
- Wenn die positiven Botschaften ausgehen – Kommunikation des Streitigen und der Auseinandersetzung mit Stil bestehen

Moderation

- Grundlagen guter Moderation
- Die Phasen erfolgreicher Moderation
- Moderation, Situation und Milieu
- Wertschätzende und unterstützende Kommunikation in der Moderation
- Moderation als Prozess
- Kampfansagen und negative Stilelemente erkennen und blocken
- Wenn die Diskussion nicht in Gang kommt
- Trotz verschiedener Meinungen geordnet diskutieren – oder: „Nicht der Lauteste hat recht“

Unternehmenskommunikation

- Was ist Unternehmenskommunikation?
- Was gehört zur Unternehmenskommunikation?
- Werbung – Verkaufsförderung – PR – Instrumente, Methoden und Wirkung
- Der Umgang mit der Öffentlichkeit und der öffentlichen Meinung
- Der Umgang mit Journalisten und Redaktionen
- Chancen und Risiken klassischer und moderner Unternehmenskommunikation
- Unternehmenskommunikation versus Produktkommunikation

Dauer Block IV: 4 Tage



Trainer Block IV: Falk Al-Omary

Falk Al-Omary, Jahrgang 1973, Geschäftsführer der Spreeforum International GmbH, freier Journalist und Kommunikationsexperte, sammelte sein PR-Know-how in seiner langjährigen Tätigkeit in der Politik sowie in der Wirtschaft und in den Medien. Zu seinen Kunden zählen namhafte Unternehmen und Persönlichkeiten im In- und Ausland. Er ist Inhaber und Geschäftsführer verschiedener Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen und stellvertretender Chefredakteur einer Wirtschaftsredaktion. Sein Beratungswissen erstreckt sich von strategischem Unternehmensmarketing über politisches Lobbying bis zur ganzheitlichen Umsetzung von PR- und Werbekampagnen. In seinen Seminaren, Trainings und auf Kongressen gibt er sein praxisorientiertes und fundiertes Fachwissen in einer provozierenden und authentischen Art und Weise weiter.



Block V

Führung und Persönlichkeit

Persönlich zum Erfolg heißt: Mit Persönlichkeit zum Erfolg!

- Persönlichkeit – was ist das?
- Meine persönlichen Stärken
- Meine persönlichen Potenziale
- Meine persönlichen Fehlbereiche
- Meine persönliche Entwicklung

Situatives Führen: Führungskraft heißt Kraft zum Führen!

- Die Rolle der Persönlichkeit für das Projektmanagement
- Die Rolle der Persönlichkeit für die Teamkommunikation
- Die Rolle der Persönlichkeit für Konfliktmanagement und partnerschaftliche Kultur
- Die Rolle der Persönlichkeit für die Personalführung
- Wen wie führen ... und warum?

Teambildung / Teamführung

- Gruppe, Gremium, Team – Bedeutung und Analyse
- Die Phasen der Teamentwicklung
- Wichtige Rollen im Team – meine Rollen im Team
- Meine Interaktion im Team
- Teamarbeit – Lust und Frust

Gruppendynamik

- Gruppendynamik: Das Rudelverhalten der Spezies Mensch
- Die Gesetze der Gruppendynamik
- Gruppendynamische Rollen und ihre Wirkung
- Führen und geführt werden durch Gruppendynamik

Dauer Block V: 4 Tage



Trainerin Block V: Renate Irena Mahr

Renate Irena Mahr ist Expertin für die Begleitung von Veränderungsprozessen und zählt zu den innovativen Coaches der neuen Generation. Ihr Schwerpunkt liegt in der Persönlichkeits- und Führungskraftentwicklung, der Begleitung zur situativen Führungsstärke, der Unterstützung bei Teamentwicklung und in gruppendynamischen Prozessen. Ihre Privat-Coachings haben branchenübergreifend Erfolg durch den Einsatz mentaler Coaching-Methoden. Top-Unternehmen und Führungskräfte aus dem Mittelstand zählen zu ihren Kunden. In Intensiv-Coachings begleitete sie in den letzten 10 Jahren über 500 Führungskräfte in Blockadesituationen und im persönlichen Veränderungsmanagement. Renate Irena Mahr hat Lehraufträge an zwei Hochschulen und in einem MBA-Studiengang für Führungskräfte aus der Bau-Industrie als Dozentin für Neuroökonomie und Führungskraftentwicklung.



Ausbildungskosten und -bedingungen

Die Kosten der Gesamtausbildung belaufen sich auf 12.900,- EUR pro Person bei einer Mindestteilnehmerzahl von vier Personen. Die Höchstteilnehmerzahl pro Ausbildung und Block ist auf sieben Personen beschränkt.

Die Ausbildungsblöcke sind auch einzeln buchbar. Die Kosten für die Teilnahme an einem einzelnen Block betragen 3.250,- EUR.

Die Kosten für Übernachtung und Anreise werden von den Teilnehmern selbst übernommen.

Am Ende der Managementausbildung erhalten die Teilnehmer ein Zertifikat, das die Teilnahme und die Kenntnis der erlernten Kompetenzen und Fähigkeiten bescheinigt.

Die Ausbildungsdauer beträgt insgesamt 21 Tage. Die einzelnen Termine der Ausbildungsblöcke werden entweder mit den Teilnehmern

abgestimmt oder finden im Rahmen offener Angebote zu festgelegten Terminen statt. Der Block „Projektmanagement und Organisation“ wird terminlich in der Regel mit einem anderen viertägigen Block kombiniert bzw. in unmittelbarer Folge angeboten.

Die einzelnen Ausbildungsblöcke im Rahmen einer Gesamtausbildung müssen nicht in dieser Reihenfolge belegt werden, sondern können auch in anderer Reihenfolge gebucht werden. Für die Erlangung des Zertifikats ist es notwendig, alle Blöcke belegt zu haben. Bei Teilnahme an nur einzelnen Blöcken erhalten die Teilnehmer eine Teilnahmebescheinigung über die Inhalte des jeweils belegten Blocks.

Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Spreeforum International GmbH, die Sie unter www.spreeforum.com einsehen können.

Spreeforum International GmbH

Die Spreeforum International GmbH verbindet mit einem einmaligen Unternehmenskonzept die Leistungen und Eigenschaften einer klassischen Unternehmensberatung mit denen einer Full-Service-Kommunikationsagentur. Hinzu kommt die Expertise eines spezialisierten Dienstleisters an der Schnittstelle zwischen Wirtschaft und Politik. Die Symbiose aus Beratung und Agentur entsteht durch die sechs Geschäftsbereiche des Unternehmens: Beratung, Kommunikation, politische Dienstleistungen, Training und Personalentwicklung, Internationalisierung und Mergers & Acquisitions. Das Unternehmen ist mit vier Standorten in Deutschland bundesweit und international aktiv und wird mit mehr als 50 Spezialisten interdisziplinär für Unternehmen jeder Größe in verschiedenen Branchen tätig.

Ansprechpartner: Falk Al-Omary

SPREEFORUM INTERNATIONAL GmbH
Trupbacher Straße 17
57072 Siegen

Tel.: +49 (0)271 3130909
Mobil: +49 (0)171 2023223
Fax: +49 (0)271 3032904

falk.al-omary@spreeforum.com
www.spreeforum.com

SPREEFORUM INTERNATIONAL
Symbiose aus Beratung und Agentur

