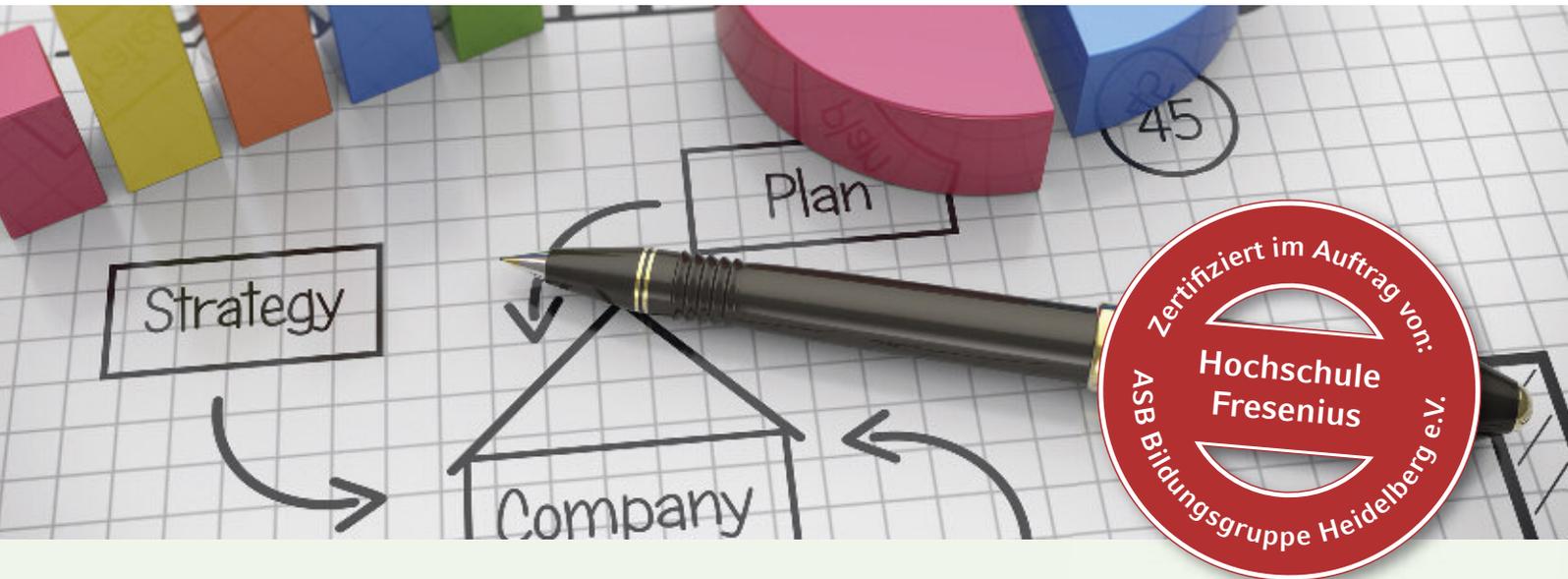


Seminare und Lehrgang 2016

Business Development und Innovation Management



- Business Development Management (BDM)
- Neue Kunden gewinnen und Kunden binden mit integrierten CRM Systemen **NEU**
- Innovationsmanagement kompakt
- Vertriebsplanung und Profundes Business Planning
- Zukunftsmärkte und Zukunftstechnologien **NEU**

 **Auch als Inhouse-Seminar buchbar!**

Teilnehmerstimmen zu den BDM-Seminaren:

- »Es wurden systematisch, klar strukturierte Ansätze für die tägliche Arbeit präsentiert!«
Oliver D., Frequentis Nachrichtentechnik
- »Mir hat gut gefallen, dass ich über den ‚Tellerrand‘ raussehen konnte und mit neuen Ideen nach Hause gehe.«
Marco G., Vector Informatik GmbH
- »Lebendig; viele Beispiele. Toll – inspirierend.«
Erhard W., Alfred Ritter GmbH & Co. KG (Ritter Sport)

www.asb-hd.de/business-development-manager-seminar-lehrgang



Auszeichnung 2014:
TOP 100 der innovativsten
Unternehmen im deutschen
Mittelstand



Auszeichnung 2015:
Auszeichnung als eine der zwei besten
Managementberatungen des deutschen Mittel-
stands 2015 mit der Rating-Bestnote „A+“

Seminar oder Lehrgang, Sie haben die Wahl.

In 3 Schritten zum Zertifikat:

Alle Seminare auch einzeln buchbar!

Die Basis: (3 Tage)
■ **Business Development Management**

Der Aufbau: (2 Tage, bitte wählen Sie ein Seminar)
■ **Internationales Business Development Management**
■ **Innovationsmanagement kompakt**

Die Vertiefung: (1 Tag, bitte wählen Sie ein Seminar)
■ **Vertriebsplanung – von der Strategie bis zur Umsetzung**
■ **Profundes Business Planning**

= Der zertifizierte Business Development Manager mit Zertifikat der Hochschule Fresenius



Zertifikate und Abschlusstest: „Kein Abschluss ohne Anschluss!“ Wir bieten Ihnen ein hochinteressantes, weil wertvolles 3-stufiges Zertifikatsmodell in Kooperation mit einer deutschen Hochschule an.

Professional: Teilnahmezertifikat je Seminar.

Specialist: Lehrgangszertifikat unter der Voraussetzung, dass Sie je Modul Kenntnisse mittels Abschlusstest nachweisen.

Executive: Lehrgangszertifikat unter der Voraussetzung, dass Sie mittels erweiterter Prüfungsleistung ECTS und eine Anrechnung im Masterstudienprogramm Sustainable Marketing & Leadership (M.A.) der Hochschule Fresenius erreichen können.

Zertifikatgeber:

Wir freuen uns, für Sie sehr werthaltige Hochschulzertifikate in Kooperation mit der Hochschule Fresenius ausstellen zu können. Zusammen bieten wir Ihnen über 200 Jahre Bildungstradition. Der Name Fresenius steht für praxisorientierte Lehre mit dazu eng verknüpfter angewandter Forschung und Entwicklung.

Anrechnung im Masterstudium Sustainable Marketing & Leadership (M.A.): Absolventen des Masterstudiums entwickeln eine charakterstarke Persönlichkeit und verbinden eine marktorientierte Unternehmensführung mit dem Grundsatz der Zukunftsfähigkeit. Der Lehrplan ist interdisziplinär aufgebaut und vermittelt neben betriebswirtschaftlichen Kernfächern übergreifende Inhalte aus den Bereichen Business Development, Nachhaltigkeit und Marketing sowie überfachliche Qualifikationen, wie Führungsverhalten, Ethik, Kreativität und interkulturelles Wissen. Wenn Sie mehr erfahren wollen: www.hs-fresenius.de

Seminar oder Lehrgang, Sie haben die Wahl:

Kombinieren Sie doch das 3-tägige Basisseminar mit je einem Aufbau- und einem Vertiefungsseminar und stellen sich Ihren Lehrgang zusammen. Nach jedem Seminar können Sie einen Multiple-Choice-Test, z.T. ergänzt durch offene Fragen absolvieren. So erreichen Sie das Lehrgangszertifikat.

Der Anbieter:

Die ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. zählt zu den Pionieren (gegründet in 1948) der Weiterbildung in Deutschland. Mehrfach ausgezeichnet zählen wir seit 2014 auch zu

den 100 innovativsten Mittelständlern Deutschlands. Innovation und Qualität sind unsere Ansprüche. Und darum passt es auch so gut, dass gerade wir diese Weiterbildung anbieten.

Unser Seminar-Angebot für Business Development und Innovation Management:

Die ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. würdigt mit einem Weiterbildungsangebot ausgewählter Themen auf hohem, teils akademischem Niveau die besonderen Herausforderungen von Verantwortlichen bei der Geschäftsfeldentwicklung und im Innovationsmanagement. Wir halten die Verbindung beider Themen für hochinteressant und bieten mit dem Themenmix optimale Entwicklungschancen in den Bereichen Business Development, Innovation, Marketing, Vertrieb und Strategie. Referenten mit umfangreicher und qualitativer Erfahrung in der Praxis des Business Development geben ihr Wissen an Sie weiter. Ein Blick auf die Teilnehmerstimmen, den Anbieter und Zertifikatsgeber zeigt Ihnen, Sie befinden sich in guter Gesellschaft.

Zielgruppe:

Das Seminar richtet sich an Leiter und Fachverantwortliche der Bereiche Business Development, Market Development, New Business, Strategie, Strategische Unternehmensplanung, Unternehmensentwicklung, Geschäftsfeldentwicklung, Strategisches Marketing, Vertriebsplanung, Strategischer Vertrieb, International Business, Export, Produktentwicklung und -management, F&E und Innovationsmanagement. Aufgrund der strategischen Bedeutung von BDM werden auch Geschäftsführer und Vorstände angesprochen.

Referenten:



Prof. Dr. Dennis Lotter, Diplom-Betriebswirt (FH), Studiendekan Sustainable Marketing & Leadership (M.A.) an der Hochschule Fresenius Idstein, Senior Consultant, delo consulting & training, Karlsruhe



Prof. Dr. Kai Alexander Saldsieder, M.B.A. (HMC) ist Experte für Marketing und Vertrieb für die Konsumgüterindustrie und Medienwirtschaft. Er ist Professor an der Hochschule Pforzheim sowie Lehrbeauftragter an der ESB Reutlingen.



Sven Satow MSc. ist studierter Diplom-Wirtschaftsingenieur und verfügt zudem über einen Master of Science in Management Research. Als Vice President South America ist er bei der FUCHS PETROLUB SE für die Geschäftsentwicklung in Südamerika verantwortlich.



Erdogan Akin (M.A.) hat Controlling, Management und Information studiert. Er verfügt über fundierte Praxiserfahrungen in internationalen produzierenden Unternehmen der Reifen- und Automobilindustrie. Erdogan Akin ist nun Senior Consultant der AROD AG in Murr.



Jost Böttner, Diplom-Volkswirt, ist Senior Analyst bei der ENBW Energie Baden-Württemberg AG und verfügt über langjährige Erfahrung in den Bereichen Strategieentwicklung, Mergers & Acquisitions, Investitionsbewertungen und Marktanalyse.

Business Development Management

Ihr Basiswissen: Fit für die strategische Geschäftsentwicklung!

Das Pflichtmodul
Neu überarbeitetes
Programm!

Gesättigte Märkte, schwindende Margen und immer kürzere Produktlebenszyklen. Die Situation erfordert, Geschäftsmodelle zu überprüfen, intelligente Ideen für die Zukunft zu entwickeln und neue Wachstumsmärkte zu nutzen. Doch wie entwickelt man das eigene Geschäftsmodell weiter und findet systematisch neue Wachstumsfelder? Wir haben kein Patentinstrument, aber die Kompetenz und die richtigen Werkzeuge. Unsere Experten geben Ihnen konkrete Instrumente und Handlungsanweisungen für Ihr erfolgreiches Business Development an die Hand.

Inhalte

Business Development als integrativer Bestandteil der strategischen Unternehmensführung

- Strategische Relevanz und Bedeutung des Business Developments
- Die wichtigsten Ziele und Aufgaben der strategischen Geschäftsentwicklung
- Wachstumsbedarf und -ziele richtig definieren
- Vorgehensmodell zur Entwicklung von Wachstumsstrategien

Die Organisatorische Einbindung der Business Development-Funktion

- Der Business Development Manager: Anforderungs- und Tätigkeitsprofil
- Die unterschiedlichen Typen des Business Developments
- Organisatorische Verankerungsmöglichkeiten
- Vor- und Nachteile unterschiedlicher Organisationsformen

Die generischen Wachstumspfade im Business Development

- Erschließen neuer Märkte
- Erschließen neuer Anwendungsgebiete
- Wachstum durch Innovationen
- Gezielte Diversifikation
- Kooperationen und Allianzen
- Schaffung neuer Geschäftsmodelle

Die Wettbewerbsfähigkeit des Geschäftsmodells auf dem Prüfstand

- Die Logik von Geschäftsmodellen verstehen und beschreiben
- Geschäftsmodelle bewerten und weiterentwickeln
- Best Practice und Charakteristika innovativer Geschäftsmodelle
- Wachstumsansätze im eignen Geschäftsmodell erkennen

Externe Treiber und Katalysatoren des Business Developments

- Branchenkräfte und -strukturen systematisch analysieren
- Marktkräfte verstehen – Kundenbedürfnisse erspüren
- Strategische Früherkennung: Aufkeimende Themen,

- Technologien und Schlüsselrends identifizieren
- Makroökonomische Kräfte und deren Auswirkungen erfassen
- Chancenfelder aus der Umfeldanalyse ableiten

Wachstum im Kerngeschäft realisieren

- Das Spezialisierungsprinzip: Kernkompetenzen und vordringliche Kundenengpässe identifizieren
- Neue Erlösmodelle entwickeln
- Neue Wege zum Kunden: Innovative Vertriebskanäle entwickeln
- Wachstum durch Systemlösungen: Mit der eigenen Kernkompetenz Kundenprobleme ganzheitlich lösen

Neue Geschäftsfelder und -modelle aufbauen

- Customer Insights: Innovative Leistungsangebote entwickeln - neue Kundensegmente erschließen
- Re-design der Wertschöpfungsarchitektur
- Outgrowing: Gemeinsam mit Wertschöpfungspartnern wachsen

Einführung Internationalisierung- Going International

- Identifikation von attraktiven Auslandsmärkten
- Internationalisierungsstrategien (Vor- und Nachteile)
- Risikominimierte Markterschließung
- Akquisitionen zur schnellen Erschließung von Auslandsmärkten
- Was bei Joint Ventures beachtet werden sollte

Einführung Business Planning

- Adressaten und ihre Interessen
- Beschreibung des neuen Geschäftsfeldes
- Markt- und Konkurrenzanalyse
- Finanzplanung
- Bewertung von Chancen und Risiken

»Ich habe einen guten Überblick über die Methode des BDM erhalten.«

Wolfgang S., Corning Cable Systems GmbH & Co. KG

»Es wurden viele Praxisbeispiele behandelt.«

Oliver L., BD Engineer Titech GmbH

»Lebendige und praxisnahe Beispiele - sehr zu empfehlen.«

Nicole F., Audatex Daten

Termine und Ort

07.03.-09.03.2016, Heidelberg
04.07.-06.07.2016, Heidelberg
26.09.-28.09.2016, Heidelberg
05.12.-07.12.2016, Heidelberg

Referenten

Jost Böttner, Prof. Dr. Dennis Lotter, Sven Satow
Referenteneinsatz im Wechsel

Seminar-Nr.: D 883

Online-Anmeldung: www.asb-hd.de/D00883

Wie profitieren Sie von diesem Seminar?

Sie lernen die wesentlichen Grundlagen des BDM kennen. Sie sind in der Lage eine individuelle Philosophie und Organisation des BDM für Ihr Unternehmen abzuleiten bzw. vorhandene Strukturen zu verbessern. Sie erhalten den Zugang zu zentralen BDM-Instrumenten, mit denen Sie systematisch eine strategische Geschäftsfeldentwicklung betreiben können

Der Aufbau

Internationales BDM

Global Business risikominimiert und systematisch aufbauen!

Dieses Seminar verfolgt zwei Hauptziele: Zum einen sollen die Teilnehmer für die Chancen, aber auch die Herausforderungen durch internationale Unternehmensaktivitäten sensibilisiert werden, zum anderen werden die wesentlichen Grundlagen für die Aufnahme einer Tätigkeit im Internationalen Waren- und Dienstleistungsverkehr vermittelt.

Inhalte

International vs. National Business Development sowie Geschäftsfeld- und Kundenentwicklung

- Trends und Entwicklungen im internationalen Marketing
- Vertrieb als Einflussgrößen des IBDM

Internationale Markt- und Wettbewerbsanalyse

- Branchen- und Geschäftsfeldabgrenzung
- Brancheninterne Strukturanalyse
- Wettbewerbsanalyse

Sind wir fit für „going international?“ - Die Selbstanalyse

- Ressourcenausstattung: Finanzen, Personal, Produkte und Dienstleistungen
- Kernkompetenzen
- Organisations- und Koordinationsstrukturen
- Unternehmenspotential

Strategische Fragestellungen für IBDM

- Ziele und Kennzahlen der internationalen Geschäftstätigkeit
- Strategische Optionen: Produkt- und Marktkompetenzen
- Marktbearbeitungsstrategien

Wo konzentrieren wir unsere Ressourcen?

- Marktbewertung und -auswahl

- Marktauswahlstrategien
- Informationsquellen, Datengewinnung und -management
- Identifikation und Bewertung von Zielmärkten

Bevor es losgeht - Marktvorbereitung

- Weiche Themen und ihre harten Folgen: Kultur und Ethik als
- Rahmenbedingungen für IBDM
- Interkulturelles Personalmanagement

Gewußt wie - Markteintritt und Marktbearbeitung

- Internationaler Markteintritt: Formen, Phasen, Timing, Wahl des Standortes
- Lokale Adaption des Geschäftsmodells: Organisation, Prozesse, Marketing- und Vertriebsnetzwerke
- Pilotphase und Roll-out-Phase: Kontrolle und Regelung des lokalen Geschäfts

One Size fits all? - Internationale Produkt- und Preispolitik

- Sortimentsanpassung: Standardisierung oder Adaption?
- International Pricing - was ist der geeignete Preis?

Internationaler Vertrieb

- Eigen- oder Fremdvertrieb?
- Die eigene Niederlassung - Vor- und Nachteile
- Einsatz lokaler Absatzmittler - wer eignet sich?
- Das Angebot: Eigenschaften und Nutzen vor dem Hintergrund kultureller Unterschiede

Teilnehmerstimmen

»Guter Mix aus Praxis und Theorie. Sehr zu empfehlen.«

Christian P., CCR Logistics Systems AG

»Lebendig; viele Beispiele. Toll – inspirierend.«

Erhard W., Alfred Ritter GmbH & Co. KG (Ritter Sport)

»Gute Übersicht über das Themengebiet- maßgeschneidert auf Bedarf der Teilnehmer.«

Sven T., Frequentis Nachrichtentechnik GmbH

Termine und Ort

25.04.-26.04.2016, Heidelberg

24.11.-25.11.2016, Heidelberg

Referent

Prof. Dr. Kai Alexander Saldsieder, M.B.A. (HMC)

Seminar-Nr.: D 884

Online-Anmeldung: www.asb-hd.de/D00884

Wie profitieren Sie von diesem Seminar?

Ganzheitliche Markt-, Wettbewerbs- und Kundenanalysen verhelfen Ihnen zu Klarheit über Marktpotentiale.

Eine systematische Vorbereitung und Durchführung eines internationalen Markteintrittes hilft Ihnen, effizient, neue Geschäftsfelder zu erschließen. Sie sparen Zeit und Geld.

Mit Fallstudien zur praxisorientierten Umsetzung.

Der Aufbau

Innovationsmanagement kompakt!

Mit strategischen Innovationen zu mehr Wachstum und Erfolg!

Als Business Developer und Innovationsmanager stehen Sie in der Pflicht die Innovationsfähigkeit kontinuierlich zu steigern und mit System, den richtigen Methoden und einem strukturierten Prozess die Erfolgswahrscheinlichkeit Ihrer Neuerungen zu erhöhen. Innovation und Business Development sind keine Folge von Geistesblitzen und Glücksstrahlen. Innovation und Business Development sind eine Frage der Kompetenz und der richtigen Methoden.

Inhalte

Angemessenes Innovationsbewusstsein – Voraussetzung für den Innovationserfolg

- Ein gemeinsames Verständnis von Innovation entwickeln

Der strukturierte Innovationsprozess – Die Balance zwischen Kreativität und Disziplin

- Innovationsprozesse erfolgreich steuern
- Die Entscheidungskultur im Stage-Gate-Prozess: Innovationsprojekte richtig beurteilen
- Die Überwindung von Widerständen

Best-Practice-Austausch: Diskutieren Sie Ihre Problem- und Fragestellungen mit Ihren Kollegen aus der Praxis

Wirksame Innovationsstrukturen etablieren

- Vom Geistesblitz zur Konsequenz: Innovationsmanagement institutionalisieren
- Die Rolle des Innovationsmanagers im Unternehmen
- Organisatorische Verankerungsmöglichkeiten
- Steuerungsgremien im Rahmen des Innovationsmanagements

Innovationsfähigkeit bewerten

- Die Determinanten der Innovationsfähigkeit
- Das Innovationsaudit zur Standortbestimmung

Innovations-Check-Up: Überprüfen Sie Ihre eigene Innovationsfähigkeit.

Innovationsstrategien systematisch entwickeln

- Der Weg zur zielführenden Innovationsstrategie
- Instrumente der strategischen Innovationsanalyse
- Play-to-win or Play-not-to-lose – Das Innovationsportfolio bestimmen

Strategische Innovationssuchfelder identifizieren

- Was Kunden wirklich wollen – Methoden der Bedürfnisanalyse
- Suchfelder systematisch aufspüren und bewerten
- Konventionen hinterfragen und Branchendogmen aufbrechen
- Export von Kernkompetenzen in neue Absatzmärkte
- Veränderungen im Umfeld systematisch analysieren und einspeisen

Workshop: Innovationspotential erkennen

Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle systematisch innovieren

- Morphologischer Kasten, Osborn-Checkliste & Co. - Die klassischen Kreativitätstechniken der Ideenfindung
- Methoden der systematischen Ideenfindung (TRIZ & Co.)

Ideen-Check: Methoden der schnellen Ideenbewertung

- Das Ideenportfolio

Teilnehmerstimme

*»Das Herzstück von Business Development ist das Managen von Innovationen. Ein inspirierender Einblick«
Detlev K.*

Termine und Ort

11.04.-12.04.2016, Heidelberg
10.10.-11.10.2016, Heidelberg

Referent

Prof. Dr. Dennis Lotter

Seminar-Nr.: D 886

Online-Anmeldung: www.asb-hd.de/D00886

Wie profitieren Sie von diesem Seminar?

- Innovationsbarrieren abbauen und Innovationsmanagement als kontinuierlichen Zyklus verankern
- Ihre Innovationsfähigkeit stärken und externe Marktpartner reibungslos integrieren
- Zielorientierte Innovationsstrategien systematisch entwickeln
- Strategische Innovationssuchfelder anhand von praxisbewährten Methoden identifizieren und bewerten
- Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle systematisch innovieren

Die Vertiefung

Profundes Business Planning

Strukturierte Businesspläne als Grundlage für erfolgreiche Überzeugungsarbeit

Finanzwirtschaftliche Planung im Business Planning Prozess (*optional am Folgetag*)

Hinweis: Buchen Sie dieses Seminar zusammen mit Finanzwirtschaftliche Planung im Business Planning Prozess am Folgetag.

Neue Geschäftsideen und Geschäftsmöglichkeiten wollen gut durchdacht und geplant sein. Die Ergebnisse anstrengender Analyse- und Planungsarbeit schlagen sich letztlich in einem Businessplan-Dokument nieder. Damit sollen potenzielle Geldgeber, Investoren und Eigentümer von der Geschäftsidee überzeugt werden. Die Qualität Ihrer Planungen soll überzeugen und ein professioneller Businessplan ist hierfür ein entscheidendes Medium.

Tag 2 (optional):

Unmittelbar im Anschluss an dieses Seminar, am Folgetag bieten wir Ihnen das Seminar „Finanzwirtschaftliche Planung im Business Planning Prozess“ an. Hier wird eine plausible finanzwirtschaftliche Planung als quantitatives Kernelement des Business Planning Prozesses erarbeitet. Die finanzwirtschaftliche Planung stellt den Kern des Business Plans dar und wird letztlich so zur elementaren Entscheidungsgrundlage.

Inhalte

Exkurs Grundlagen des Business Plans

- Adressaten und Ihre Interessen, Motivationsgründe
- Von der Geschäftsidee zum Businessplan
- Grundsätze, Dos und Don'ts bei der Erstellung
- Vor- und nachgelagerte Prozesse im Business Planning Prozess
- Der Business Case

Planungs-Workflow im Business Planning Prozess

Module des strukturierten Business Plans

- Darstellung:
 - des Unternehmens
 - des Zielmarktes und der Zielkunden
 - des Geschäftsmodells
 - des Produkt- und Leistungsportfolios
 - der Marketing- und Vertriebsaktivitäten
 - der Organisation
 - der Risikoposition
 - der Finanzplanung (bitte die Hinweise beachten)
 - des Realisierungsplan
- Zusammenfassung der wesentlichen Inhalte mit höchster Priorität in einer Executive Summary
- Merkmale eines guten Businessplans aus unterschiedlichen Perspektiven
- Prüfung der Planungsqualität und Plausibilität

Hinweis:

Für eine erfolgreiche Seminarteilnahme sind die Grundkenntnisse des Business Plannings aus dem Basismodul „Business Development Management“ oder adäquate Erfahrungen notwendig.

Tag 2 (optional)

Erstellung von Teilplänen und Budgets

Hinweis

- Absatzplan
- Produktionsplan
- Beschaffungsplan
- Personalplan
- Investitionsplan

Ableitung und Erstellung von Vorschau-Rechnungen

- hinsichtlich
 - Umsatz
 - Kosten
 - Rendite
 - Cashflow
- Ermittlung des Finanzbedarfs
- Kapitalstrukturplanung
- Aufstellung eines Finanzierungsplans
- Die Integration der Ergebnis-, Bilanz-, GuV-Planung
- Aktives Bilanzmanagement & Unternehmensrating

Buchen Sie beide Tage zusammen, wird nur der günstigere 2-Tages-Preis in Rechnung gestellt.

Termine Folgetag

14.04.2016, Heidelberg
15.11.2016, Heidelberg

Seminar-Nr.: D 922

Online-Anmeldung: www.asb-hd.de/D00922

Referent: Erdogan Akin

Termine und Ort

13.04.2016, Heidelberg
14.11.2016, Heidelberg

Referent

Erdogan Akin

Seminar-Nr.: D 825

Online-Anmeldung: www.asb-hd.de/D00825

Wie profitieren Sie von diesem Seminar?

Im Vertiefungs-Seminar lernen Sie eine strukturierte Vorgehensweise im Business Planning Prozess kennen. Sie erfahren, wie die Planungsqualität und Plausibilität überprüft und sichergestellt werden kann. Hierzu werden auch vor- und nachgelagerte Prozesse der Business Plan Erstellung betrachtet. Sie lernen die Anforderungen an eine überzeugende Darstellung der Sachverhalte eines Business Plan kennen und richten diesen adressatengerecht aus.

Die Vertiefung

Vertriebsplanung – von der Strategie bis zur Umsetzung

Durch klare strategische Ausrichtung: Kundenpotentiale erschließen, Vertriebsprozesse beherrschen!

Neu überarbeitetes und erweitertes Programm!

Inhalte

Vertrieb im Wandel: Chancen und Risiken

Inhalte und Instrumente einer Strategischen Vertriebsplanung

Arbeiten mit einem Leitbild: Definition von

- Vision (Wo wollen wir hin),
- Mission (Welchen Zweck wollen wir aus Sicht der Kunden erfüllen),
- Werte (Was verbindet uns untereinander und mit den Kunden)
- Zielen im Vertrieb (Ökonomische Ziele: Erfolg, Leistungsangebot, Finanzziele; Soziale Ziele)

Analyse des Marktumfeldes, der Wettbewerber und Kundenbedürfnisse: Instrumente und Praxisbeispiele

- PESTLE-Analyse

- 5-Forces Analyse
- Qualitative und Quantitative Marktforschung
- Benchmarking

Entwicklung von Vertriebsstrategien:

- Von der SWOT zur TOWS-Matrix
- Managementinstrumente: Generische Strategie-Optionen, Ansoff- sowie BCG-Matrix

Identifikation und Einstellung der Vertriebsstellschrauben:

- Produkt-,
- Preis-,
- Vertriebskanal- und
- Trademarketing-Politik

Übung des Erlernten an Fallbeispielen aus der Unternehmenspraxis

Termine und Ort

09.05.2016, Heidelberg

17.10.2016, Heidelberg

Referent

Prof. Dr. Kai Alexander Saldsieder, M.B.A. (HMC)

Seminar-Nr.: D 824

Online-Anmeldung: www.asb-hd.de/D00824

Wie profitieren Sie von diesem Seminar?

Die Teilnehmer erhalten einen klaren Fahrplan zur Entwicklung einer Vertriebsstrategie. Sie gewinnen mehr Freiraum für die Arbeit mit dem Kunden und der Blick fürs Wesentliche wird geschärft. Das Seminar verbindet Wissen und Anwendung in einem. Es folgen Mehrwert für Sie und Mehrwert für den Kunden. Sie positionieren sich im Markt und werden folgend auch von Ihren Kunden dort erkannt.

Neue Seminare

D00926



Neue Kunden gewinnen und Kunden binden mit integrierten CRM Systemen

NEU

- Digitale Revolution in Marketing und Vertrieb
- Effektiver und effizienter mit Hilfe von CRM-Systemen
- Kernelemente von CRM-Systemen
- Verbreitungsgrad von CRM-Systemen
- Entscheidungskriterien für die Einführung von CRM-Systemen
- Zukünftige Entwicklungen im Bereich der CRM-Systeme

Heidelberg: 25.04.-26.04.2016 / 05.10.-06.10.2016

ASB-Mitglieder € 890,- / Nichtmitglieder € 990,-

Online-Anmeldung: www.asb-hd.de/D00926

D00927



Zukunftsmärkte und Zukunftstechnologien

NEU

Herausforderungen für das Innovations- und Produkt-Management

- Grenzen traditioneller Forschung und Entwicklung
- Herausforderungen durch neue Technologien (Beispiele)
- Früherkennung des technologischen Wandels
- Chancen in Zukunftsmärkten (Beispiele)
- Früherkennung zukünftiger Marktchancen
- Neue Wege mit Open Innovation (Vertiefende Beispiele)
- Neu-Ausrichtung des Innovationsprozesses

Heidelberg: 12.04.-13.04.2016 / 14.09.-15.09.2016

ASB-Mitglieder € 890,- / Nichtmitglieder € 990,-

Online-Anmeldung: www.asb-hd.de/D00927

Als ASB-Mitglied bis zu 10% sparen!
Ihre Mitgliedschaft lohnt sich finanziell
häufig schon ab der 2. Buchung
– zusätzlich zu vielen weiteren Vorteilen.

ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. · Postfach 10 11 08 · 69001 Heidelberg



Persönliche Beratung

Bert Passek
Telefon: 06221 988-690
E-Mail: passek@asb-hd.de

Kenn-Nr.: WEB

Anmeldung

Fax: 06221 988-672
E-Mail: info@asb-hd.de
Internet: www.asb-hd.de

Anmeldung

per Fax an 06221 988-612 oder per Internet unter www.asb-hd.de

Ja, ich nehme an folgendem Seminar teil: ASB-Mitglied Nichtmitglied

Titel _____ Datum _____

Titel _____ Datum _____

Titel _____ Datum _____

Seminarbeginn: 9.00 Uhr Seminarende: ca. 17.00 Uhr

Gebühren einschließlich Seminarunterlagen, Pausengetränken, Teilnahmezertifikat und Mittagessen. Gebühren nach § 4 Nr. 22a UStG von der Umsatzsteuer befreit.

Name _____

Position/Abteilung _____

E-Mail _____

Telefon _____ Fax _____

Firma _____

Ansprechpartner für Rückfragen _____

Telefon _____ Fax _____

Straße _____

PLZ / Ort _____

Teilnahmebestätigung erbeten an Rechnung erbeten an _____

Name _____

Abteilung _____

E-Mail _____

Datum / Unterschrift _____

Mit der Anmeldung werden die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. anerkannt.

Seminargebühren

	Gebühr	ASB-Mitglieder
Eintägiges Seminar	€ 990,-	€ 890,-
Zweitägiges Seminar	€ 1.590,-	€ 1.490,-
Dreitägiges Seminar	€ 1.990,-	€ 1.810,-

Ihre Vorteilspreise bei Buchung als Lehrgang

Wenn Sie das 3-tägige Basisseminar mit je einem Aufbau- und einem Vertiefungsseminar buchen, beträgt der Vorteilspreis € 3.990,- (ASB-Mitglieder € 3.610,-). Sie sparen € 580,-.

Bei Buchung des Pflichtmoduls zusammen mit einem zweitägigen Aufbau-Modul beträgt der Vorteilspreis € 3.190,- (ASB-Mitglieder € 2.910,-). Sie sparen € 390,-.

Da die ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. ein gemeinnütziger Verein ist, sind die in Rechnung gestellten Gebühren umsatzsteuerbefreit gemäß § 4 Nr. 22 a UStG.

Veranstaltungsort

ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V.
Gaisbergstraße 11-13, 69115 Heidelberg

ASB-Mitgliedschaft

Profitieren Sie von günstigeren Seminargebühren. Häufig schon ab dem 2. Teilnehmer desselben Unternehmens lohnt sich für Sie die Mitgliedschaft. www.asb-hd.de/mitgliedschaft

Sonderkonditionen

Der dritte und jeder weitere Teilnehmer aus einem Unternehmen, der sich zum selben Seminar und Termin anmeldet, erhält einen Rabatt von 20%.

Datenschutzhinweis

Mit der Nennung meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich einverstanden, über dieses Medium Informationen der ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V. zu erhalten. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Werbezwecke jederzeit gegenüber der ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V., Postfach 10 11 08, 69001 Heidelberg, Tel. 06221 988-8 widersprechen. (§ 28 VI BDSG)



Mit der Deutschen Bahn ab € 99,- nach Heidelberg. Infos unter: www.asb-hd.de/bahn

ASB Bildungsgruppe Heidelberg e.V.

Gaisbergstraße 11-13, 69115 Heidelberg
Telefon 06221 988-8, Fax 06221 988-682
info@asb-hd.de, www.asb-hd.de



Regelmäßige unabhängige Überprüfungen bestätigen: alle unsere Produkte erfüllen höchste Qualitätsanforderungen.