

**SEMINARFORM**

Dieses Seminar wird sowohl als offene Veranstaltung als auch Inhouse angeboten.

Bitte kontaktieren Sie mich für weitere Informationen.

**ÜBER SOLIDUM CONSULT**

Solidum Consult habe ich im Jahr 2008 gegründet. Von Anfang an habe ich mich dabei einem ganzheitlichen Ansatz verschrieben. Ganzheitlich bedeutet, jedes Unternehmen in seiner Komplexität und in Beziehung zu seiner Umwelt zu betrachten.

Meine Erfahrung aus 20 Jahren in verschiedenen Positionen von Marketing und Vertrieb stellen sicher, dass Sie Konzepte für Ihr unternehmerisches Handeln erhalten, die umsetzbar sind.

Kleine und mittelständische Unternehmen aus Lebensmittelindustrie, Handwerk und Dienstleistung bilden die Zielgruppe meiner Beratungstätigkeit.

Als Dozent und Trainer bin ich seit mehreren Jahren für unterschiedliche Bildungsträger tätig. Die Schwerpunkte meiner Tätigkeit liegen in den Bereichen Strategie, Marketing, Vertrieb, sowie Key Account Management.

WirtschaftsSimulation HOTEL® habe ich als Ergänzung einer Veranstaltungsreihe zum Dienstleistungsmarketing entwickelt.



# SOLIDUM CONSULT

## WirtschaftsSimulation HOTEL®

WirtschaftsSimulation Hotel® ist ein strategisches Konkurrenzplanspiel speziell für den Dienstleistungssektor. Bei WirtschaftsSimulation Hotel® spielen vier Gruppen von Teilnehmern auf dem Gebiet des Hotelgewerbes gegeneinander. Alle Gruppen beginnen unter gleichen Bedingungen. Simuliert wird ein vollständiger Markt der aus den teilnehmenden Hotels besteht.

WirtschaftsSimulation Hotel® basiert auf typischen Auslastungs- und Kostenproblematiken des Dienstleistungssektors. Vor der Spielphase sind zunächst strategische Entscheidungen hinsichtlich des Serviceangebots zu treffen. Die ganzheitliche Betrachtung der komplexen Wirkungszusammenhänge fließt in die Simulation ein und entscheidet im weiteren über den Erfolg der Spielgruppen. Die Teilnehmer beschäftigen sich intensiv mit den Herausforderungen der Betriebswirtschaft und des Marketings von Dienstleistungsunternehmen.

Bei den Entscheidungen stehen marketingpolitische Aspekte im Vordergrund. Die betriebswirtschaftliche Betrachtung fokussiert deshalb auf die Kalkulation, die Deckungsbeitrags- und die Gewinn- und Verlustrechnung. Die Teilnehmer erhalten umfassende Berichte zum simulierten Marktraum. Dadurch wird ein möglichst starker Realitätsbezug erreicht.

Der inhaltliche Bezugsrahmen ist bei WirtschaftsSimulation Hotel® durch Strategieentscheidungen vor Beginn und deren Kontrolle nach der Spielphase deutlich erweitert. Die Erfahrungen sind nach der Spielphase in der Gruppe zu präsentieren.

Zusätzlich sind jederzeit unerwartete Marktereignisse einsetzbar um die Qualität der getroffenen Entscheidungen zu überprüfen.



## SOLIDUM CONSULT

Solidum Consult      Telefon: 0 21 64 / 700 253

Michael Rainer Schmidt      Mail: [michael.schmidt@solidum-consult.com](mailto:michael.schmidt@solidum-consult.com)

Zur Alten Niers 18a      WebFax: 0 32 12 / 120 86 38

41812 Erkelenz      Web: [www.solidum-consult.com](http://www.solidum-consult.com)



## ZIELGRUPPEN

Kaufmännische und technische Mitarbeiter in Hotels, Gastronomie und Dienstleistungsunternehmen, aus Marketing und Vertriebsabteilungen, Führungsnachwuchskräfte, Servicemitarbeiter

WirtschaftsSimulation HOTEL®  
basiert auf aktuellen Branchenkennziffern  
und Marktdaten

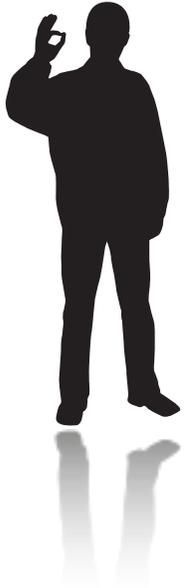
## LERNZIELE

- Erkennen von gesamtunternehmerischen Zusammenhängen in einem Dienstleistungsunternehmen
- Vermittlung und/oder Vertiefung von betriebswirtschaftlichen Kenntnissen zur Führung eines Dienstleistungsunternehmens
- Marktsituationen und Marktinformationen richtig interpretieren und daraus zielgerichtete Entscheidungen ableiten
- Erkennen der Bedeutung von Kundenzufriedenheit
- Strategisches Denken fördern
- Reagieren auf Konsumentenverhalten
- Prozess der Leistungserstellung
- Unternehmensziele definieren und umsetzen
- Wettbewerbsvorteile erarbeiten und nutzen
- Bedeutung einer langfristigen Planung
- Entscheidungen unter Unsicherheit treffen
- in einem komplexen Umfeld operieren
- sofortige Rückkoppelung der eigenen Entscheidungen
- Entscheiden im Team
- Präsentieren vor Publikum



## INHALTE

- Unternehmensstrategie
- Zielgruppenspezifische Leistungen
- Preisstrategie
- Budgetplanung für Marketing und Vertrieb
- Pricing, Werbung, Promotion und Personal als Elemente des Leistungsangebots
- Marktanalyse
- Personalplanung und -budgetierung
- Zielgruppensegmentierung
- Konsumentenprofile
- Kundenzufriedenheit
- Dienstleistungsqualität
- Deckungsbeitragsrechnung als Grundlage für Entscheidungen
- Betriebswirtschaftliche Erfolgsrechnung (GuV)



## SEMINARABLAUF

Dauer: 2 bis 3 Tage (Anzahl der Perioden variabel)

Teilnehmerzahl: 8 bis 16 Teilnehmer (4 Gruppen mit 2 bis 4 Personen)

Sprache: deutsch