

Zertifizierung zum Business Development Manager



- ▶ Märkte erforschen ▶ Strategien entwickeln
- ▶ Geschäftsfelder ausbauen

Der Business Development Manager als ...

... Strategie & Visionär

- Nationale und internationale Märkte erfolgreich erschließen
- Die strategischen Top-Instrumente kennen und anwenden

... als Planer & Steuerer

- Business Pläne systematisch erstellen
- Neue Strategien mit der Balanced Scorecard erfolgreich implementieren und umsetzen

... als Innovationsmanager & Führungskraft

- Innovationskultur im Unternehmen gezielt fördern
- Business Development-Teams souverän führen und motivieren

Ihre Experten:

Prof. Dr. Lutz Becker
Karlshochschule International University

Pedram Faghfour
Olaf Geyer
Kienbaum Management Consultants
GmbH

Dr. Michael Graefenstedt
Bayer MaterialScience AG

Claudio Lochmann
Bosch Rexroth AG



Management Circle
Fachzertifikat
„Der Business Development
Manager“

Bitte wählen Sie Ihren Termin:
23. bis 25. September 2009 in Frankfurt/M.
25. bis 27. November 2009 in München
16. bis 18. Dezember 2009 in Düsseldorf

Hoher Lernerfolg durch
begrenzte Teilnehmerzahl!

MANAGEMENT CIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

Der Business Development Manager als Stratege & Visionär

Ihre Seminarleiter:
Pedram Faghfour, Consultant
Olaf Geyer, Principal, **Kienbaum Management Consultants GmbH**, Düsseldorf

Herzlich Willkommen!

- Begrüßung der Teilnehmer
- Darstellung der Themen und Zielsetzung des Seminars
- Abfrage Ihrer Erwartungen

Ausprägungen, Aufgaben und organisatorische Verankerung des Business Developments

- Die unterschiedlichen Typen des Business Developments
- Die Bedeutung des Business Developments
- Die wichtigsten Ziele
- Das Aufgabenspektrum des Business Development Managers, wie
 - Innovationsförderung
 - Strategie- und Organisationsentwicklung
 - Erschließung neuer Märkte
- Organisatorische Verankerungsmöglichkeiten, wie
 - integrierte Unternehmensfunktion zur Technologie- und Produktentwicklung
 - interner Beratungsstab
 - Neukundengeschäft generierende Vertriebseinheit
 - Teilbereich des Corporate Plannings
- Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Verankerungsmöglichkeiten

Business Development als Aufgabe des strategischen Managements

- Leitplanken unternehmerischen Handelns
- Die Ebenen des strategischen Managements
 - Unternehmensstrategien
 - Geschäftsfeldstrategien
 - Funktionalstrategien
- Die wichtigsten Instrumente des strategischen Business Development Managements, wie
 - Porters Branchenstrukturanalyse
 - Benchmarking
 - Ansoff-Matrix
 - SWOT-Analyse
 - Marktsegmentierung
 - Wettbewerbsstrategien nach Porter
- Darstellung von Best Practice-Beispielen

Neue Geschäftsmodelle als Ergebnis des Business Developments

- Was ist überhaupt ein Geschäftsmodell?
- Warum neue Geschäftsmodelle?
- Neue vs. veränderte Geschäftsmodelle
- Die unterschiedlichen Typen von Geschäftsmodellen
- Strategische Instrumente zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle

Professionelle Business Planung

- Die wesentlichen Elemente eines Business Plans
- Die Form des Business Plans
- Systematische Erstellung eines Business Plans
- Was macht einen guten Business Plan aus?
- Do's and Don'ts bei der Erstellung von Business Plänen

Workshop: Systematische Erstellung eines Business Plans



- Anhand konkreter Fallbeispiele erstellen Sie in der Gruppe die Eckpfeiler eines Business Plans.
- Die Ergebnisse werden anschließend präsentiert und gemeinsam diskutiert.
- Sie vertiefen das zuvor Gelernte und erhalten so viele Anregungen und konkrete Empfehlungen für Ihre perfekte Business Planung.

Zusammenfassung der Tagesergebnisse und Klärung offener Fragen, anschließend Get-Together

Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit den Referenten und Teilnehmern!

Der Business Development Manager als Planer & Steuerer

Ihre Seminarleiter:
Pedram Faghfour
Olaf Geyer

Es geht weiter! Überleitung zu den Themen des zweiten Tages

Der Innovationsprozess im Business Development

- Was hat Business Development mit Innovation zu tun?
- Der Stage-Gate-Prozess
- Gezielte Erfassung und Bewertung von Ideen



Innovationskultur und Kreativitätstechniken

- Innovationsfreundliche Kultur als Voraussetzung für eine starke Innovation
- Quellen und Instrumente zur Ideengenerierung
 - Wissensbereitstellung
 - Schaffung von Umgebungsbedingungen
 - Förderung kreativer Wissensverarbeitung
 - Externe/interne Auslöser von Ideen
- Vor- und Nachteile der einzelnen Instrumente
- Umsetzung neuer Business Development-Strategien mit der Balanced Scorecard (BSC)
 - Aufbau und wesentliche Elemente der BSC
 - Die BSC als Umsetzungs- und Steuerungsinstrument für den Business Development Manager
 - Grundkonzept und Inhalte der BSC
 - Entwicklung des Zielsystems
 - Nutzen und Grenzen der BSC im Business Development

Die Balanced Scorecard als Strategisches Zielsystem im Business Development von Bosch Rexroth

- Globale Megatrends: Die Zukunft im Blick
- Unternehmenssteuerung in der Praxis: Vision – Strategie – Ziele – Organisation – Maßnahmen
- Die BSC als Instrument im Business Development in einem multinationalen Konzern
 - Aufbau und Inhalte
 - Entwicklung und Einführung
- Business Development: Vom Megatrend zum Geschäftsfeld am Beispiel „Regenerative Energien“



Claudio Lochmann
Leiter Marketing & Business Development,
Bosch Rexroth AG, Lohr am Main

Change Management als Erfolgsfaktor

- Warum überhaupt Change Management?
- Die goldenen Regeln des Wandels
 - Frühzeitige Information der Betroffenen
 - Gruppe als wichtigstes Medium für Veränderung
 - Bereitschaft für Veränderung durch Zusammenarbeit
 - Zyklischer Ablauf der Wandelprozesse
- Ursachen für das Scheitern von Change-Projekten
- Praktische Lösungsansätze und Verbesserungsmöglichkeiten

Zusammenfassung der Tagesergebnisse und Klärung offener Fragen

Aktuell und auf den Punkt!

Nutzen Sie unseren E-Mail-Service, um zeitgemäß Ihre Top-Themen bequem per E-Mail zu erhalten.

Ihr persönliches Profil
verwalten Sie unter: www.managementcircle.de/email

Teilnehmerstimmen zum Seminar:

- **„Theorie und Praxis sinnvoll vereint!“**
D. Müller, Stadtwerke Mainz AG
- **„Kompetente Vermittlung von Theorie und anschaulichen Praxisbeispielen, gepaart mit sinnvollen Gruppenarbeiten. Kann ruhigen Gewissens weiterempfohlen werden!“**
J. Brinkmann, Benteler Stahl/Rohr GmbH
- **„Kompakt, prägnant, sehr praxisrelevant!“**
Dr. T. Rodenhausen, Harris Interactive AG

Der Business Development Manager als Innovations- & Führungskraft

Ihr Seminarleiter:
Prof. Dr. Lutz Becker, Professor für Unternehmensführung, **Karlsruhochschule International University**, Karlsruhe



Es geht weiter! Überleitung zu den Themen des dritten Tages

Internationales Business Development Management

- Das Wo, Wie und Warum der Internationalisierung
- Interkulturelle Herausforderungen
- Erzielen von komparativen Wettbewerbsvorteilen
 - Transaktionskosten
 - Lebenszyklen
 - Economies of Scale
 - Economies of Scope
- Globale Megatrends im Blick haben und bewerten
- Innovationen für verschiedene Länder schaffen
- Die wichtigsten Internationalisierungsstrategien
- Von Heim- und Auswärtsspielen
- Lokalisierung vs. Globalisierung
- Priorisierung der internationalen Erschließung neuer Märkte
- Wie die Medien Ihrem Business Development helfen können
- Gründe des Scheiterns

Rolle und Anforderungen an den Business Development Manager

- Ihre Rolle im Unternehmen
- Qualifikationen und Erfolgspotenziale
- Business Development als Sprungbrett oder Sackgasse?
- Stolperfallen und wie Sie diese umgehen

Business Development als Führungsaufgabe

- Komplexität des Umfelds bewältigen
- Standardisierung von Prozessen vorantreiben
- Aufgaben richtig delegieren
- Team-Mitglieder souverän führen und motivieren
- Die passenden Kontrollen einführen und Konsequenzen bestimmen
- Distance vs. Shared Leadership

Innovations- und Business Development Management bei der Bayer MaterialScience AG

- Die Ausrichtung von Bayer
- Rahmenbedingungen für Innovationen
- Ausrichtung der Innovationskette
- Lifecycle, Roadmap und Portfolio
- Wert- und Portfoliomanagement
- Implementierung

Dr. Michael Graefenstedt
Leiter Marketing Business Support,
Bayer MaterialScience AG, Leverkusen

Zusammenfassung der Tagesinhalte, Klärung offener Fragen und Abschlussdiskussion

Schriftliche Zertifikatsprüfung



Die Themen der drei Tage werden im Rahmen eines Multiple-Choice-Tests geprüft. Die Prüfung dauert 45 Minuten. Innerhalb von vier Wochen erhalten Sie das Ergebnis und Ihr Zertifikat
„Der Business Development Manager“.
Die Teilnahme an der Zertifikatsprüfung ist fakultativ. Bei Nichtteilnahme erhalten Sie eine Teilnahmebestätigung.

Seminarzeiten

Am 1. Seminartag: Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Seminarunterlagen ab 8.45 Uhr

	1. Seminartag	2. Seminartag	3. Seminartag
Beginn des Seminars	9.30 Uhr	9.00 Uhr	9.00 Uhr
Gemeinsames Mittagessen	12.30 Uhr	12.30 Uhr	12.30 Uhr
Zertifikatsprüfung	–	–	ab 16.30 Uhr
Ende des Seminartages	ca. 18.00 Uhr	ca. 17.00 Uhr	ca. 17.30 Uhr

Am Vor- und Nachmittag findet jeweils eine fünfzehnminütige Kaffee- und Teepause statt.

Fit für eine anspruchsvolle Aufgabe

Die **Entwicklung innovativer Geschäftsideen**, die **Erschließung neuer Geschäftsfelder** sowie der **Auf- und Ausbau von Kundenbeziehungen** und **Vertriebspotenzialen** gehört gerade jetzt zu Ihren zentralen Aufgaben als Business Development Manager. Sie geben dabei die strategische Richtung vor und sind für die operative Durchsetzung im Unternehmen verantwortlich.

Holen Sie sich in diesem Seminar das entscheidende Know-how, um diese anspruchsvolle Aufgabe in Zukunft noch besser zu meistern!

Die Experten geben Ihnen **konkrete Tools und Instrumente für Ihr erfolgreiches Business Development** an die Hand. Intensiv diskutieren Sie die Vor- und Nachteile moderner Business Development-Strategien, lernen, wie Sie das Business Development effizient in der Unternehmensorganisation verankern und wie Sie Ihrer Rolle als Führungskraft im Business Development perfekt gerecht werden.

Ihre Themen auf einen Blick

- Die **Top-Instrumente** und **-Kennzahlen** des Business Development Managers
- Strategische Instrumente zur **Entwicklung neuer Geschäftsmodelle**
- Generierung innovativer Ideen und Förderung der **Innovationskultur**
- Systematische Erstellung eines **professionellen Business Plans**
- **Implementierung**, Bewertung und **Steuerung neuer Geschäftsmodelle** mit der **Balanced Scorecard**
- Die zentralen Anforderungen an das **internationale Business Development Management**
- Business Development-Teams **zielorientiert** und motivierend **führen**

Lassen Sie sich zertifizieren!

Am Ende des Seminars haben Sie die Möglichkeit, eine **schriftliche Zertifikatsprüfung abzulegen**. Die Teilnahme an der Prüfung ist fakultativ. Bei bestandener Prüfung erhalten Sie innerhalb von vier Wochen Ihr Zertifikat „Der Business Development Manager“. **Dokumentieren Sie hiermit Ihr hochwertiges Wissen!**

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail.



Daniela Wolf

Daniela Wolf
Senior Konferenz Managerin
Tel.: 0 61 96/47 22-559
E-Mail: daniela.wolf@managementcircle.de



Prof. Dr. Lutz Becker

lehrt Unternehmensführung und Internationales Management an der **Karlshochschule International University**. Seit 1991 berät er das Management namhafter Unternehmen mit

den Schwerpunkten Unternehmensführung und Business Development. Er ist Beirat des Bergischen Instituts für Produktentwicklung und Innovationsmanagement gGmbH und Autor zahlreicher Fachpublikationen.



Pedram Faghfour

ist Consultant bei der **Kienbaum Management Consultants GmbH** in Düsseldorf. Seine Beratungsschwerpunkte liegen in den Bereichen Reorganisation, Strategieentwicklung, Prozessoptimierung, Controlling und Risikomanagement, Restrukturierung sowie Entwicklung und Umgestaltung von Geschäftsmodellen.



Olaf Geyer

ist Principal bei der **Kienbaum Management Consultants GmbH** in Düsseldorf. Zuvor war er unter anderem Mitglied der Geschäftsleitung der Schubert Holding AG & Co. KG

in Düsseldorf. Er berät Unternehmen unterschiedlicher Branchen zu Unternehmensführung, Strategieentwicklung, Reorganisation, Prozessoptimierung, Sanierung, Restrukturierung, der Entwicklung von Business-Plänen und Geschäftsmodellen sowie der Entwicklung und Umsetzung von Marketing- und Vertriebsstrategien.



Dr. Michael Graefenstedt

ist Abteilungsleiter Business Support im Marketing des Geschäftsbereichs Polyurethane der **Bayer MaterialScience AG**. In dieser Position ist er u.a. für die Strategieentwicklung

und Prozessoptimierung verantwortlich und unterstützt die Bewertung von Forschungs- und Entwicklungsprojekten der regionalen Entwicklungsabteilungen. Zudem hat er verschiedene globale Benchmark- und Reorganisationsprojekte geleitet.



Claudio Lochmann

ist Leiter Marketing und Business Development im Vertrieb Deutschland der **Bosch Rexroth AG** in Lohr a. Main. Seine Aufgaben umfassen die Tätigkeitsfelder Business Development mit

der Entwicklung und Umsetzung einer Branchenstruktur und der Entwicklung eines Vertriebsentwicklungsplanes, das Strategische Marketing, Vertriebstrainings, Interne und Externe Kommunikation sowie Eventmanagement.

INHOUSE TRAININGS

Zu allen Themenbereichen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an. Ich berate Sie gerne, rufen Sie mich an.



Dirk Gollnick

Tel.: 0 61 96/47 22-646
E-Mail: gollnick@managementcircle.de
www.managementcircle.de/inhouse

4 gute Gründe, dieses Seminar zu besuchen

- 1 **Hoher Praxisbezug** durch interaktive Fachvorträge, Fallbeispiele, Erfahrungsberichte und Workshops!
- 2 **Intensive Lernatmosphäre** durch begrenzte Teilnehmerzahl!
- 3 **Spannender Erfahrungsaustausch** mit den Referenten und Teilnehmern aus anderen Unternehmen!
- 4 **Hochwertige Wissensdokumentation** durch Prüfung und Zertifizierung!

Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Das Seminar richtet sich an **Fach- und Führungskräfte** der Bereiche **Business Development, Strategische Unternehmensplanung und Geschäftsfeldentwicklung**, die Ihr Know-how vertiefen und weiter professionalisieren wollen sowie an **leitende Mitarbeiter** der Bereiche **Marketing, Vertrieb, Produktentwicklung, F&E** und an **Führungsnachwuchskräfte**, die umfassendes Business Development-Wissen auf- und ausbauen wollen.

Termine und Veranstaltungsorte

23. bis 25. September 2009 in Frankfurt/M.
Novotel Frankfurt Niederrad, Hahnstraße 9, 60528 Frankfurt/M.
Tel.: 069/663 06-0, Fax: 069/663 06-600
E-Mail: h5382@accor.com

25. bis 27. November 2009 in München *Airport-Shuttle auf Anfrage*
Holiday Inn Munich-Schwabing, Leopoldstraße 194, 80804 München
Tel.: 089/381 79-0, Fax: 089/381 79-888
E-Mail: reservation.hi-munich-schwabing@queensgruppe.de

16. bis 18. Dezember 2009 in Düsseldorf
NH Düsseldorf City-Nord, Münsterstraße 230-238, 40470 Düsseldorf
Tel.: 02 11/23 94 86-0, Fax: 02 11/23 94 86-100
E-Mail: nhduesseldorfmesse@nh-hotels.com

Zimmerreservierung

Für unsere Seminarteilnehmer steht im jeweiligen Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

Ein Tipp: Unser Service-Team nennt Ihnen gerne günstigere Übernachtungsmöglichkeiten in der Nähe des Tagungshotels (Tel.: 0 61 96/47 22-700).



Mit der Deutschen Bahn ab € 79,- zur Veranstaltung.
Infos unter:
www.managementcircle.de/bahn **BAHN**

Über Management Circle

Management Circle steht für *WissensWerte* und ist anerkannter Bildungspartner der Unternehmen.

Die Management Circle AG zählt mit einem umfangreichen Weiterbildungsprogramm zu den **Marktführern** im deutschsprachigen Raum.

Informieren Sie sich aktuell und umfassend unter:
www.managementcircle.de

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das dreitägige Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 2.195,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Der Business Development Manager

Ich/Wir nehme(n) teil am:

- 23. bis 25. September 2009 in Frankfurt/M.** 09-62204
 25. bis 27. November 2009 in München 11-62205
 16. bis 18. Dezember 2009 in Düsseldorf 12-62206

1 NAME/VORNAME _____
 POSITION/ABTEILUNG _____

2 NAME/VORNAME _____
 POSITION/ABTEILUNG _____

3 NAME/VORNAME _____
 POSITION/ABTEILUNG _____

FIRMENNAME _____
 STRASSE/POSTFACH _____
 PLZ/ORT _____
 TELEFON/FAX _____

- 10 %

MITARBEITER: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist!

Sie erhalten so schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

E-MAIL
(MIT NENNUNG MEINER E-MAIL-ADRESSE ERKLÄRE ICH MICH EINVERSTANDEN, ÜBER DIESES MEDIUM INFORMATIONEN DER MANAGEMENT CIRCLE GRUPPE ZU ERHALTEN.)

DATUM _____ UNTERSCHRIFT _____

ANSPRECHPARTNER/IN IM SEKRETARIAT: _____

ANMELDEBESTÄTIGUNG BITTE AN: _____ ABTEILUNG _____

RECHNUNG BITTE AN: _____ ABTEILUNG _____

Datenschutz-Hinweis: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Prospekte mehr erhalten möchten. (§28 VI BDSG)

Anmeldung/Kundenservice

Telefon: **+ 49 (0) 61 96/47 22-700**
 Fax: **+ 49 (0) 61 96/47 22-999**
 E-Mail: **anmeldung@managementcircle.de**
 Internet: **www.managementcircle.de/09-62204**
 Postanschrift: **Management Circle AG**
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.
Telefonzentrale: + 49 (0) 61 96/47 22-0

