

Der zertifizierte

Business Development Manager

Mit Innovationskraft zu neuen Geschäftsmodellen

Strategie und Visionär

- Aufgaben und organisatorische Verankerung festlegen
- Neue Geschäftsmodelle und Businesspläne entwickeln

Innovationsmanager und Steuermann

- Innovationskraft des Unternehmens ermitteln
- Preisfindung und Vermarktungsstrategie neuer Geschäftsideen ausarbeiten

Kulturmanager und Führungskraft

- Internationale Märkte priorisieren und erschließen
- Business Development-Teams souverän führen

Impulsgeber für das Digitalisierungszeitalter

- Auswirkungen der Digitalisierung auf Organisation und Prozesse richtig einschätzen
- Digitale Geschäftsmodelle und Produkte bewerten und gewinnbringend implementieren

Exklusive Praxisberichte

- ✓ TÜV SÜD: Digitalisierungs-Projekte im Business Development
- ✓ Kopernikus Automotive: Wie disruptive Innovationen Ihr Geschäft beeinflussen

Ihr persönlicher Mehrwert:

Das Management Circle
Fachzertifikat zum Seminar



Mit den Experten:



Prof. Dr. Lutz Becker
Hochschule Fresenius



Ingmar P. Brunken
Brunken Consulting



Olaf Geyer
advyce GmbH



Stefan Jenzowsky
Kopernikus Automotive



Ralph Urbanek
TÜV SÜD Product
Service GmbH

Bitte wählen Sie Ihren Termin:

12. bis 14. Dezember 2018 in Köln
30. Januar bis 1. Februar 2019 in München
20. bis 22. Februar 2019 in Frankfurt/M.

Hoher Lernerfolg durch
begrenzte Teilnehmerzahl


MANAGEMENT CIRCLE®
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Ihre Telefon-Hotline: + 49 6196 4722-700

Der Business Development Manager als Stratege und Visionär



Ihr Seminarleiter:
Olaf Geyer, Partner und Geschäftsführer, **advyce GmbH**, Düsseldorf

Herzlich willkommen

- Begrüßung durch den Seminarleiter und kurze Vorstellungsrunde
- Themen und Zielsetzung des Seminars im Überblick
- Abfrage der Erwartungen der Teilnehmer

Ausprägungen, Aufgaben und organisatorische Verankerung des Business Developments

- Die unterschiedlichen Typen des Business Developments
- Die Bedeutung des Business Developments
- Das Aufgabenspektrum des Business Development Managers
 - Innovationsförderung
 - Strategie- und Organisationsentwicklung
 - Erschließung neuer Märkte
- Organisatorische Verankerungsmöglichkeiten
 - Integrierte Unternehmensfunktion zur Technologie- und Produktentwicklung
 - Interner Beratungsstab
 - Neukundengeschäft generierende Vertriebsseinheit
 - 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
- Alternative Ansätze der Strategieentwicklung
- Darstellung von Best Practice-Beispielen

Business Development und Digitalisierung

Digitalisierungs-Special

- Digitalisierungsstrategie entwickeln
 - Digitalisierungsframework
 - Digital Readiness Check
- Digitale Produkte und Geschäftsmodelle
- Hubs, Incubatoren & Co. – wie können Start-Ups und Corporates zusammenarbeiten

Neue Geschäftsmodelle als Ergebnis des Business Developments

- Was ist überhaupt ein Geschäftsmodell?
- Warum neue Geschäftsmodelle?
- Die unterschiedlichen Typen von Geschäftsmodellen
- Instrumente zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle

Professionelle Business-Planung

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

Ende des ersten Seminartages, anschließendes Get-together

Seminarzeiten

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

	Beginn des Seminartages	Business Lunch	Ende des Seminartages
1. Seminartag	9.30 Uhr	13.00 Uhr	ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	13.00 Uhr	ca. 18.00 Uhr
3. Seminartag	9.00 Uhr	13.00 Uhr	ca. 18.00 Uhr

Am Vor- und Nachmittag findet jeweils eine Kaffee- und Teepause in
Absprache mit den Seminarleitern und den Teilnehmern statt.

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 dem Seminarleiter und den Teilnehmern.

Der Business Development Manager als Innovationsmanager und Steuermann



Ihr Seminarleiter:
Ingmar P. Brunken, Geschäftsführer, **Brunken Consulting**, Bonn

Es geht weiter

- Klärung noch offener Fragen vom Vortag
- Überleitung zu den Themen des zweiten Seminartages

Business Development systematisch planen und steuern

Innovationsbedarf berechnen

- Wie Sie messen, ob Ihr Unternehmen ausreichend innovativ ist: Das Lebenszyklus-Modell und der Innovationskraft-Index
- Übung: Berechnen Sie den Innovationsbedarf Ihres Unternehmens
- Nachhaltig wachsen durch Business Development: Die „Blue Ocean“-Strategie der INSEAD Business School in zahlreichen Fallstudien
- Die optimale BDM-Organisation und der Stage-Gate-Prozess nach Cooper

Geschäftsidee und Ideenauswahl: Der erste Schritt zur Innovation

- Ideenfindungen steuern und moderieren: Brainstorming und brandneue Methoden auch für digitale Geschäftsmodelle
- Übung: Wir erfinden ein schwieriges, neues Produkt unter Anwendung der morphologischen Box
- Methoden in der direkten Anwendung
- Bewertung, Auswahl und Optimierung der Geschäftsidee und des Businessplans
- Aufbau und Anwendung eines Scoring-Modells

Business Model Generation: Wie Sie neue digitale und andere Geschäftsmodelle entwickeln (Harvard-Methode)

Mit Fallstudie

- Mode oder ein echter Wettbewerbsvorteil: Was sind digitale Geschäftsmodelle?
- In 4 Schritten zum neuen Geschäftsmodell
- Fallstudie: Schritt für Schritt wird ein neues Geschäftsmodell für eine konkrete Herausforderung entwickelt
- Musterlösung: Wie das neue Geschäftsmodell in der Realität aussieht

Die Stellgrößen des Markterfolgs der Innovation: Die Preisfindung und der Vermarktungsprozess

- Die Vermarktungsformel „AIDA“ und die Planung des Vermarktungsprozesses
- Die 4 Marketing-P's und deren Bedeutung für die Vermarktung
- Die Gewinnformel: Pricing als Kernerfolgswert
- Die Pricing-Excellence-Matrix
- Die 3 Pricing-Methoden für Innovationen: Cost-Plus-Pricing, Competitive Pricing und Value Pricing
- Methoden zur Messung der Preisbereitschaften für Innovationen

Business Development – ein Erfahrungsbericht, was von Beginn an wichtig ist



- Die Einordnung des Business Development Managements ins Unternehmen
- Diese Tätigkeiten gehören zur Funktion
- Tipps und Tricks für Ihr Standing
- Digitalisierungs-Projekte im Business Development



Ralph Urbanek
Leiter Business Development und Marketing,
TÜV SÜD Product Service GmbH,
München

Ende des zweiten Seminartages

Begeisterte Teilnehmerstimmen:

- *„Die Veranstaltung ist ein strukturierter Zugang zur Thematik. Nach der Veranstaltung habe ich verstanden, was meine neue Aufgabe von mir erwartet.“*
R. Kröger, Deutsche Factoring Bank GmbH & Co.KG
- *Gute Kombination von Theorie und exzellenten Praxisbeispielen. Hoher Lerneffekt durch hohe Motivation der Referenten.“*
C. Soldanski, NOVENTI HealthCare GmbH
- *„Konzentrierter Einblick in das Business Development Management. Vielzahl an Methoden, Hilfestellungen und Praxiseinblicke – eine Empfehlung!“*
J. Rettinger, KUKA Roboter GmbH

Der Business Development Manager als Kulturmanager und Führungskraft



Ihr Seminarleiter:
Prof. Dr. Lutz Becker,
Leiter Business School und Studiendekan Sustainable Marketing und Leadership, **Hochschule Fresenius**, Köln

Es geht weiter

- Klärung noch offener Fragen vom Vortag
- Überleitung zu den Themen des dritten Seminartages

Internationales Business Development Management

- Das „Wo“, „Wie“ und „Warum“ der Internationalisierung
- Interkulturelle Herausforderungen
- Erzielen von komparativen Wettbewerbsvorteilen
- Globale Megatrends im Blick haben und bewerten
- Die großen Transformationen bewältigen
- Innovationen für verschiedene Länder schaffen
- Die wichtigsten Internationalisierungsstrategien
- Lokalisierung vs. Globalisierung
- Priorisierung der internationalen Erschließung neuer Märkte
- Nachhaltiges Business Development Management
- Wie Sie die Digitalisierung für Ihr Business Management nutzen können
- Gründe des Scheiterns

Digitale Konvergenz und digitale Disruption: Wie disruptive Innovationen Ihr Geschäft angreifen



- Wie digitale Startups Industrien angreifen
- Beispiele aus ausgewählten Industriesektoren
- Konsequenzen für das Business Development
- Innovationsmanagement und Marketing



Stefan Jenzowsky
Managing Director,
Kopernikus Automotive,
Berlin

Rolle und Anforderungen an den Business Development Manager

- Die 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

Schriftliche Zertifikatsprüfung



Dokumentieren Sie Ihr hochwertiges Wissen: 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 bei bestandener Prüfung Ihr Zertifikat:

„Der Business Development Manager“

Die Teilnahme an der Zertifikatsprüfung ist fakultativ. Bei Nichtteilnahme erhalten Sie eine aussagekräftige Teilnahmebestätigung.

Seminarabschluss

- Zusammenfassung der Ergebnisse
- Klärung abschließender Fragen

Bitte beachten Sie auch unser Seminar:

Digitales Prozessmanagement

8. und 9. November 2018 in Köln
11. und 12. Dezember 2018 in München
6. und 7. Februar 2019 in Frankfurt/M.

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne **Stephan Wolf**,
Tel.: +49 6196 4722-800, Fax: +49 6196 4722-888,
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

AUCH ALS INHOUSE TRAINING

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch **firmeninterne Schulungen** an. Ich berate Sie gerne, rufen Sie mich an.

Stefanie Klose

Telefon: 0 61 96/47 22-739 ·

Fax: 0 61 96/47 22-625

E-Mail: stefanie.klose@managementcircle.de



Fit für Ihre anspruchsvollen Aufgaben

Die Entwicklung innovativer Geschäftsideen, die Erschließung neuer Märkte und Geschäftsfelder, neue Digitalisierungsstrategien sowie der Auf- und Ausbau von Kundenbeziehungen und Vertriebspotenzialen gehören zu den zentralen Aufgaben im Business Development.

Als Business Development Manager geben Sie somit die strategische Richtung vor und verantworten die operative Umsetzung im Unternehmen. In diesem Seminar erhalten Sie das entscheidende Know-how, um diese anspruchsvolle Aufgabe in Zukunft noch besser zu meistern.

Was Sie hier lernen

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

Schritt für Schritt zum Business Development Manager

- Die **Top-Instrumente und -Kennzahlen** des Business Development Managers
- Strategische Entwicklung **neuer Geschäftsmodelle**
- Systematische Erstellung eines **professionellen Business-Plans**
- Berechnung der **Innovationskraft** des Unternehmens
- **Preisfindung und Vermarktungsstrategie** neuer Geschäftsideen
- Entwicklung von **Digitalisierungsstrategien**
- Bewertung und Implementierung **digitaler Produkte und Geschäftsmodelle**
- Nationale und internationale **Erschließung neuer Märkte**
- Förderung der **Innovationskultur**
- Souveräne **Führung** von **Business Development-Teams**

Sie haben noch Fragen? Gerne!

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



Sina vom Knappen
Projektmanagerin
Tel.: +49 6196 4722-675
E-Mail: sina.vomknappen@managementcircle.de

Prof. Dr. Lutz Becker ist Leiter Business School und Studiendekan für den Masterstudiengang Sustainable Marketing und Leadership der **Hochschule Fresenius**. Davor war er acht Jahre hauptamtlicher Professor an Karlshochschule International University, wo er den internationalen Masterstudiengang „Leadership“ sowie den Bachelorstudiengang „International Marketing Management“ leitete. Er war in verschiedenen nationalen und internationalen Marketing- und Vertriebsfunktionen in der Konsumgüter- und IT-Branche, in der internationalen Managementberatung sowie als Mitgründer und Geschäftsführer in der IT-Branche tätig.

Ingmar P. Brunken ist seit 2010 Geschäftsführer und Inhaber der Unternehmensberatung **Brunken Consulting** in Bonn. Zuvor war er zehn Jahre leitender Unternehmensberater bei Roland Berger Strategy Consultants und zwei Jahre Director bei Simon, Kucher & Partners. Hier hat er zahlreiche renommierte Unternehmen u. a. in der Produktentwicklung und Neuproduktvermarktung beraten. Bei der Hydro AG und Corus Group war er sieben Jahre als Vertriebsleiter und Global Key Account Manager auch für die Markt- und Produktentwicklung zuständig. Weitere Praxiserfahrungen gewann er als Interims-Geschäftsführer eines Start-Ups für Loyalitätsprogramme. Er ist Bestsellerautor des Buches „Die 6 Meister der Strategie“ (Econ/Ullstein) und Autor des ersten Fachbuchs zum Thema „e-Pricing“ (Libri).

Olaf Geyer ist Partner und Geschäftsführer bei der **advyce GmbH** in Düsseldorf. Er berät Unternehmen unterschiedlicher Branchen zu Unternehmensführung, Strategieentwicklung, Reorganisation, Prozessoptimierung, Restrukturierung, der Entwicklung von Business-Plänen und Geschäftsmodellen sowie zur Entwicklung und Umsetzung von Marketing- und Vertriebsstrategien. Zuvor war er u. a. bei der Kienbaum Management Consultants GmbH als Principal tätig und Mitglied der Geschäftsleitung der Schubert Holding AG & Co. KG in Düsseldorf.

Stefan Jenzowsky stellt als Gründer von **Kopernikus Automotive** selbstfahrende Autos schon heute auf Europas Straßen. Zudem investiert Stefan Jenzowsky als Geschäftsführer von 2bAHEAD Ventures in disruptive Startup-Unternehmen, die die Zukunft verändern sollen. Zuvor verantwortete er als Senior Vice President neue Produkte und Innovationen bei Siemens Covergence Creators in Berlin. Er ist Dozent an mehreren Universitäten und Co-Autor zahlreicher Publikationen zu Innovation und Medien. Gemeinsam mit Sven Gábor Jánzszy schrieb er das Buch „Rulebreaker“, das über mehrere Wochen die Businessbücher bei Amazon in der Kategorie „Denken“ anführte.

Ralph Urbanek ist Leiter Business Development und Marketing bei der **TÜV SÜD Product Service GmbH** in München. Seit 2013 baut er die Abteilung „Business Development“ konzeptionell und strategisch auf. Schwerpunkte sind das Einphasen zukunftsfähiger Technologien ins Serviceportfolio und die Stabilisierung des bestehenden Umsatzstroms. Zuvor war er bei der Messe München International im Projektbereich beschäftigt.

■ Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Das Seminar richtet sich an **Neu- und Quereinsteiger** sowie an **leitende und spezialisierte Mitarbeiter** der **Bereiche Business Development, Strategische Unternehmensplanung und -steuerung, Geschäftsfeldentwicklung, Marketing, Key-Account-Management, Vertrieb, Projektmanagement, Produktentwicklung und -management, F&E und Innovationsmanagement, Geschäftsleitungsbüros**, die sich einen fundierten Überblick über die aktuellen Themen, Trends und Tools des Business Developments verschaffen möchten. Weiterhin angesprochen sind Mitglieder der **Geschäftsleitung** sowie interessierte **Unternehmensberater**.

■ 3 gute Gründe, dieses Seminar zu besuchen

- Sie erhalten **praktische Tipps** und Empfehlungen, um Ihre Aufgaben im Business Development in Zukunft noch besser zu meistern.
- Sie lernen die **Top-Instrumente** zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und zur Erschließung neuer Märkte kennen.
- Sie erfahren, wie Sie neue **Strategien erfolgreich umsetzen** und die **Innovationskultur** in Ihrem Unternehmen **gezielt fördern**

■ Termine und Veranstaltungsorte

12. bis 14. Dezember 2018 in **Köln** 12-86372

Dorint Hotel am Heumarkt Köln, Pipinstraße 1, 50667 Köln
Tel.: +49 221 80190-111 Fax: +49 221 80190-190
E-Mail: reservierung.koeln-heumarkt@dorint.com

30. Januar bis 1. Februar 2019 in **München** 01-86373

The Rilano Hotel München, Domagkstraße 26, 80807 München
Tel.: +49 89 36001-0 Fax: +49 89 36001-9215
E-Mail: reservations-muc@rilano.com

20. bis 22. Februar 2019 in **Frankfurt/M.** 02-86374

Villa Kennedy, Kennedyallee 70, 60596 Frankfurt/M.
Tel.: +49 69 717121-430 Fax: +49 69 717121-2430
E-Mail: reservations.villakennedy@roccofortecollection.com

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.

Begrenzte Teilnehmerplätze – jetzt anmelden!

Online-Anmeldung: www.managementcircle.de/12-86372

PDF zum Ausdrucken: www.managementcircle.de/form

E-Mail: anmeldung@managementcircle.de

Telefonisch: **+49 6196 4722-700**

per Post: **Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts. (Germany)**

Anmeldebedingungen

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Die Teilnahmegebühr für das dreitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Get-together, der freiwilligen Zertifikatsprüfung und der Dokumentation € 2.695,-. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu vier Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Teilnahmegebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Werbewiderspruch

Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke durch die Management Circle AG selbstverständlich jederzeit widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen. Hierfür genügt eine kurze Nachricht an unseren Datenschutzbeauftragten per Mail an datenschutz@managementcircle.de oder per Post an Management Circle AG, Datenschutz, an die oben genannte Adresse. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie unter www.managementcircle.de/datenschutz.

■ Über Management Circle

Als anerkannter Bildungspartner und Marktführer im deutschsprachigen Raum vermittelt Management Circle *WissensWerte* an Fach- und Führungskräfte. Mit seinen 200 Mitarbeitern und jährlich etwa 3000 Veranstaltungen sorgt das Unternehmen für berufliche Weiterbildung auf höchstem Niveau. Weitere Infos zur *Bildung für die Besten* erhalten Sie unter www.managementcircle.de



Mit der Deutschen Bahn ab € 99,- zur Veranstaltung. Infos unter: www.managementcircle.de/bahn