

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 Ihres 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

- Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung richtig nutzen
- Digitale Geschäftsmodelle und Produkte bewerten und gewinnbringend implementieren

## Exklusive Praxisberichte

- ✓ TÜV SÜD: Digitalisierungsprojekte im Business Development
- ✓ Medtronic: Der Kunde im Mittelpunkt des Geschäftsmodells

Ihr persönlicher Mehrwert:

Das Management Circle  
Fachzertifikat zum Seminar



Ihr Expertenteam



Prof. Dr. Lutz Becker  
Hochschule Fresenius



Ingmar P. Brunken  
Brunken Consulting



Olaf Geyer  
advyce GmbH



Bernd Krissler  
Medtronic GmbH



Ralph Urbanek  
TÜV SÜD Product  
Service GmbH

Bitte wählen Sie Ihren Termin

4. bis 6. Dezember 2019 in Berlin

29. bis 31. Januar 2020 in Frankfurt/M.

26. bis 28. Februar 2020 in München

Hoher Lernerfolg durch  
begrenzte Teilnehmerzahl!

30 Jahre

MANAGEMENT CIRCLE®

BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! [www.managementcircle.de/12-87825](http://www.managementcircle.de/12-87825)

# Der Business Development Manager als Stratege und Visionär



Ihr Seminarleiter:  
Dipl.-Kfm. Olaf Geyer, Partner und Geschäftsführer,  
**advyce GmbH**, Düsseldorf

## Herzlich willkommen

- Begrüßung und kurze Vorstellungsrunde
- Überblick über Themen und Ziele des Seminars
- Abfrage Ihrer Erwartungen als 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 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
- Alternative Ansätze der Strategieentwicklung
- Darstellung von Best Practice-Beispielen

## Business Development und Digitalisierung

- 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 Businessplanung

- Die wesentlichen Elemente eines Businessplans
- Systematische Erstellung eines Businessplans
- Was macht einen guten Businessplan aus?
- Dos and Don'ts bei der Erstellung von Businessplänen

Ende des ersten Seminartages, anschließendes Get-together

### Get-together

Ausklang des ersten Tages 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

- 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:** Erfinden Sie 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)

- Mode oder ein echter Wettbewerbsvorteil: Was sind digitale Geschäftsmodelle?
- In 4 Schritten zum neuen Geschäftsmodell

**Fallstudie:** Wie Sie Schritt für Schritt ein neues Geschäftsmodell für eine konkrete Herausforderung entwickeln

- 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 Kern Erfolgsfaktor
- 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: Was von Beginn an wichtig ist – ein Erfahrungsbericht



- 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  
**TÜV SÜD Product Service GmbH**, München

Ende des zweiten Seminartages

# 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

## Customer Centricity – der Kunde im Mittelpunkt des Geschäftsmodells



- Passt mein Geschäftsmodell zu den Kundenbedürfnissen?
- Wer ist eigentlich mein Kunde?
- Welche Methoden helfen mir, Kunden und deren Bedürfnisse transparent darzustellen?



Bernd Krissler  
Sales Specialist  
Medtronic GmbH, Meerbusch

## 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

## Fakultative 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

## Seminarzeiten

Am 1. Seminartag Empfang mit Kaffee und Tee ab 8.45 Uhr

	Beginn	Business Lunch	Ende
1. Seminartag	9.30 Uhr	13.00 Uhr	18.00 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	13.00 Uhr	ca. 17.30 Uhr
3. Seminartag	9.00 Uhr	13.00 Uhr	ca. 17.30 Uhr

An allen Seminartagen sind Kaffee- und Teeпаusen in Absprache mit den Seminarleitern und den Teilnehmern vorgesehen.

## 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

- ✓ Sie erhalten die **Top-Instrumente und -Kennzahlen** eines Business Development Managers.
- ✓ Sie erfahren, wie Sie die **Innovationskraft Ihres Unternehmens** berechnen.
- ✓ Sie lernen, wie Sie **neue Geschäftsmodelle** entwickeln.
- ✓ Sie erhalten Tipps für die systematische Erstellung eines **professionellen Businessplans**.
- ✓ Sie erhalten Methoden, um **Kunden und deren Bedürfnisse** zu ermitteln und transparent darzustellen.
- ✓ Sie lernen, wie Sie **digitale Produkte und Geschäftsmodelle** bewerten und implementieren.
- ✓ Sie erfahren, wie Sie **Preisfindungs- und Vermarktungsstrategien** für neue Geschäftsideen entwickeln.
- ✓ Sie erfahren, wie Sie **nationale und internationale Märkte** neu erschließen.
- ✓ Sie erhalten Tipps zur **Förderung der Innovationskultur**.
- ✓ Sie lernen, wie Sie das **Business Development** effizient in der **Unternehmensorganisation** verankern.
- ✓ Sie erfahren, wie Sie **Business Development Teams** erfolgreich führen.

## 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

sina.vomknappen@managementcircle.de

**Prof. Dr. Lutz Becker** ist Leiter Business School und Studiendekan für den Masterstudiengang Sustainable Marketing und Leadership an der **Hochschule Fresenius**. Davor war er acht Jahre hauptamtlicher Professor an der Karlsruhochschule 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 lang 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 lang als Vertriebsleiter und Global Key Account Manager auch für die Markt- und Produktentwicklung zuständig. Weitere Praxiserfahrungen in der strategischen Produktplanung 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, Sanierung, Restrukturierung, der Entwicklung von Business-Plänen und Geschäftsmodellen sowie der Entwicklung und Umsetzung von Marketing- und Vertriebsstrategien. Zuvor war Olaf Geyer unter anderem bei der Kienbaum Management Consultants GmbH als Principal tätig und Mitglied der Geschäftsleitung der Schubert Holding AG & CO. KG in Düsseldorf.

**Bernd Krissler**, ist Therapy Sales Specialist bei der **Medtronic GmbH**, einer der Marktführer in der Medizintechnik. Bernd Krissler ist verantwortlich für die Vermarktung einer neuen minimal invasiven Therapie für die Gynäkologie in Deutschland. Zuvor war er Produktmanager für Services Marketing bei Fresenius Medical Care, wo er sich um das Marketing für Produkte und Dienstleistungen in der Dialyse kümmerte. Bei der DWA GmbH & Co.KG war Bernd Krissler Marketingleiter und Business Development Manager und führte erfolgreich ein Produktmanagement ein.

**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.

# Business Development Manager

## ■ Wen Sie auf diesem Seminar treffen

Das Seminar richtet sich sowohl an **Fach- und Führungskräfte** als auch an **Neu- und Quereinsteiger** der Bereiche **Business Development, Strategische Unternehmensplanung und -steuerung, Geschäftsfeldentwicklung, Marketing, Key-Account-Management, Vertrieb, Projektmanagement, Produktentwicklung und -management, F&E und Innovationsmanagement**, 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

### 4. bis 6. Dezember 2019 Berlin

12-87825

Capri by Fraser Berlin, Scharrenstraße 22, 10178 Berlin  
Tel.: +49 30 200770-1888, Fax: +49 30 200770-1999  
E-Mail: [reservations.berlin@capribyfraser.com](mailto:reservations.berlin@capribyfraser.com)

### 29. bis 31. Januar 2020 in Frankfurt/M.

01-87826

The Westin Grand Frankfurt, Konrad-Adenauer-Straße 7, 60313 Frankfurt/M., Tel.: +49 69 2981-750, Fax: +49 69 2981-811  
E-Mail: [reservation.frankfurt@westin.com](mailto:reservation.frankfurt@westin.com)

### 26. bis 28. Februar 2020 in München

02-87827

Holiday Inn Munich - Westpark, Albert-Rosshaupter-Strasse 45, 81369 München, Tel.: +49 89 4111130, Fax: +49 89 411113-599  
E-Mail: [info.wp@himuc.com](mailto:info.wp@himuc.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/12-87825](http://www.managementcircle.de/12-87825)

PDF zum Ausdrucken: [www.managementcircle.de/form](http://www.managementcircle.de/form)

E-Mail: [anmeldung@managementcircle.de](mailto:anmeldung@managementcircle.de)

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

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

### 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 € 2.795,-. 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](mailto:datenschutz@managementcircle.de) oder per Post an Management Circle AG, Datenschutz, Postfach 56 29, 65731 Eschborn. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie unter [www.managementcircle.de/datenschutz](http://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 rund 200 Mitarbeitern und jährlich etwa 2000 Veranstaltungen sorgt das Unternehmen für berufliche Weiterbildung auf höchstem Niveau. Weitere Infos zur *Bildung für die Besten* erhalten Sie unter [www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de)



Reisen Sie mit der Deutschen Bahn zu attraktiven Sonderkonditionen zum Veranstaltungsort.  
Infos unter: [www.managementcircle.de/bahn](http://www.managementcircle.de/bahn)