

Business Development Management

Expertenwissen für Ihre strategische Geschäftsfeldentwicklung

Modul A

Grundlagen und Methoden

- Entwicklung, Konzeption und Implementierung
- Zielsetzung: Investitionsentscheidungen und Risikomanagement
- Herausforderung: strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse
- Finanzierung: Quellen, Anforderungen und Planung
- Vermarktung: Marketing- und Vertriebsstrategien für neue Geschäftsfelder entwickeln

Modul B

Anwendung und Praxis

- BDM-Fallstudie: Instrumente und Methoden in der Praxisanwendung
- BDM-Management: Prozesse im Business Development Management
- BDM-Organisation: Organisationsmodelle für neue Geschäftsfelder
- BDM-Controlling: Steuerung der Unternehmensentwicklung
- Internationales BDM: strategische Erschließung von Auslandsmärkten

- › Krisensicher: individuelles und ortsunabhängiges Lernen
- › In nur 10 Wochen zum BDM-Experten
- › Wöchentlich Zugriff auf neue Lerninhalte
- › Sie entscheiden, wann und wo Sie lernen
- › Spezielle Didaktik für maximalen Lernerfolg
- › Mit zahlreichen Praxistipps und Übungen
- › Inklusive qualifiziertem Teilnahmezertifikat
- › Ideal auch als Wissenspool zum Nachschlagen

Fachliche Leitung



Ingmar P. Brunken
Geschäftsführer,
Brunken Consulting, Bonn



- ✓ Online-Lernplattform
- ✓ Optionale Printversion
- ✓ Mit iPad erhältlich

Individuelle Starttermine möglich ab: 20.01.2021

Zum Lehrgang








Sich stetig verändernde Märkte und wechselnde Kundenbedürfnisse zwingen Unternehmen dazu, immer neue Geschäftsideen und -strategien zu entwickeln. Die Erschließung neuer Geschäftsfelder, die Etablierung neuer Produkte sowie die Gewinnung neuer strategischer Partnerschaften sind für Unternehmen somit überlebenswichtig. Unternehmen müssen ihre Schlüsselmärkte genau kennen und die Aktivitäten der Wettbewerber richtig einschätzen.

Für erfolgreiche Unternehmen ist es deshalb unabdingbar, ein professionelles Business Development Management zu implementieren und so die Entwicklung und die operative Vorbereitung neuer Geschäftsfelder zu fördern. Nur so können Erfolgspotenziale frühzeitig erkannt und diese systematisch umgesetzt werden.

Profitieren Sie vom Fachwissen unserer Experten und erarbeiten Sie sich Profi-Tools und Techniken für den Eintritt in neue Geschäftsfelder! Von den Grundlagen des BDM bis zur Praxisanwendung werden Ihnen in diesem Lehrgang konkrete Organisationsformen, Instrumentarien, Entscheidungshilfen und Umsetzungslösungen vorgestellt, die Sie direkt in Ihrem Berufsalltag umsetzen können.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg beim Umsetzen in die Praxis!

Unsere Leistungen

-  Ihre persönliche Online-Lernplattform auf Ihrem PC/ Mac, Tablet oder Smartphone
-  10 umfangreiche, aufeinander abgestimmte Lektionen – auch später ein hilfreiches Nachschlagewerk
-  Erhalten Sie inhaltliche Updates in digitaler Form über die Online-Lernplattform
-  Individuelle Unterstützung der Teilnehmer durch Management Circle und die Autoren
-  Optional: Printversion in Buchform
-  Auf Wunsch Ihr eigenes iPad für noch mehr Mobilität und Flexibilität
-  Qualifiziertes Teilnahmezertifikat als Dokumentation Ihrer Weiterbildung

Qualität und Umfang

- ✓ Keine graue Theorie – bei uns zählen Aktualität und Praxisbezug
- ✓ Unsere Experten sind erfahrene Praktiker mit umfangreichem Fachwissen
- ✓ Wissen pur in Form von 10 didaktisch strukturierten Lektionen
- ✓ Exklusives Know-how aus erster Hand auf durchschnittlich 80 Seiten pro Lektion
- ✓ Profitieren Sie von zahlreichen Praxistipps, Fallbeispielen, Checklisten, Abbildungen und Übungsaufgaben

Zum Ablauf

Zum Start des Lehrgangs erhalten Sie Ihre persönlichen Zugangsdaten für die Nutzung der Online-Lernplattform. Auf Wunsch erhalten Sie zusätzlich die Printversionen der Lektionen und/oder Ihr eigenes iPad.

- Lernen Sie 100%ig unabhängig und individuell mit Ihrem Smartphone, Tablet, PC/Mac und/oder mit der Printversion.
- Für einen optimalen Lernrhythmus erhalten Sie wöchentlich eine weitere Lektion.
- Die Lektionen enthalten zahlreiche Übungsaufgaben mit Lösungen – so kontrollieren Sie einfach und schnell Ihren Lernfortschritt.
- Planen Sie durchschnittlich ca. 6 Stunden Zeitaufwand pro Lektion ein.
- Unser Tipp: Nutzen Sie den Nachrichtenbereich, um sich mit anderen Teilnehmern und den Autoren auszutauschen.
- Zum Abschluss erhalten Sie Ihr qualifiziertes Teilnahmezertifikat als Nachweis Ihrer Weiterbildung.

Buchungsvarianten

Entscheiden Sie selbst, in welcher Form Sie den Lehrgang absolvieren.



Die Web-Version des Lehrgangs über die **Online-Lernplattform** mit Nachrichtenbereich und Diskussionsforum können Sie zusätzlich um folgende Optionen erweitern:



Printversionen der Lektionen inklusive Einstiegspaket

und/oder



aktuelles iPad (32 GB, Wi-Fi, Space Grau)*.
*Auf Wunsch bieten wir Ihnen gern auch andere iPad-Modelle an.

Sie haben Fragen?

Gern berate ich Sie persönlich. Rufen Sie mich einfach an oder schreiben Sie mir eine E-Mail.



Erik Dreymann

Senior Projektmanager Lehrgänge

Tel.: +49 6196 4722-685

E-Mail: Erik.Dreymann@mc-edition.de

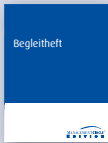
Leseprobe und Testzugang

Unter www.mc-edition.de/lp-bdm erhalten Sie kostenlos den Auszug einer Lektion als Leseprobe und auf Wunsch einen Testzugang zur Online-Lernplattform. Überzeugen Sie sich von der außerordentlichen Qualität und Praxisnähe der Inhalte.

Fachliche Leitung



Ingmar P. Brunken, Dipl.-Kfm., ist seit 2010 Geschäftsführer und Inhaber der Unternehmensberatung **Brunken Consulting** in Bonn. Zuvor war er zehn Jahre leitender Unternehmensberater bei Roland Berger Strategy Consultants mit dem Schwerpunkt Vertrieb und Marketing und zwei Jahre lang Director bei Simon, Kucher & Partners. Hier hat er zahlreiche renommierte Unternehmen u. a. im Aufbau neuer Geschäftsmodelle und im Business Development beraten. Bei der Hydro AG und Corus Group war er sieben Jahre lang Vertriebsleiter und Global Key Account Manager. Weitere Praxiserfahrungen in der Geschäftsentwicklung gewann er als Interims-Geschäftsführer eines Start-ups für Loyalitätsprogramme. Diesen reichhaltigen Erfahrungsschatz aus Business Development und Beratungsprojekten mit zahlreichen Fallstudien und Tools sowie umfangreicher Praxiserfahrung bringt Ingmar Brunken in diesen Lehrgang ein. Er ist Bestsellerautor des Buches „Die 6 Meister der Strategie“ (Econ/Ullstein) und gefragter Keynote Speaker. Außerdem hat er zahlreiche Publikationen u. a. bei Harvard Business Manager, manager magazin veröffentlicht und ist als Leiter von Kongressen und Seminaren tätig.



Für einen perfekten Einstieg in den Lehrgang

- Begleitheft für Ihren persönlichen Lernerfolg
- Einstiegspaket mit nützlichem Arbeitsmaterial (bei Buchung der Printversion)

Modul A: Grundlagen und Methoden des BDM

Lektion 1

Grundlagen des strategischen BDM: Entwicklung, Konzeption und Implementierung

- Der Strategie- und Planungsprozess des BDM
 - Festlegung von BDM-Zielen und Meilensteinen
 - Entscheidungsfindung und -umsetzung
 - Fortschrittskontrolle
 - Entwicklung von Ideen zum BDM
 - Instrumente der Ideenfindung: Brainstorming, morphologische Matrix, Synektik etc.
- Instrumente der Ideenbewertung: Scoring-Verfahren, Simulationstechniken, Szenarioanalyse
- Konzeption eines neuen Geschäftsfeldes
 - Typische Phasen im Aufbau eines neuen Geschäftsfeldes
- Entwicklung einer Markt- oder Produkteinführungsstrategie
 - Festlegung der Preis-, Leistungs- und Kommunikationsstrategie
- Implementierung
 - Besonderheiten in der Markteinführungsphase
 - Migrationsplan: Strategien zur Übergabe des Geschäftsfeldes in den Regelbetrieb



Ingmar P. Brunken,
Geschäftsführer,
Brunken Consulting, Bonn

20 Jahre Beratungserfahrung u. a. bei Roland Berger Strategy Consultants und Simon, Kucher & Partners, Interims-Manager, Start-up-CEO, 7 Jahre Vertriebsleitung in der Metallindustrie, Wirtschafts-Bestsellerautor („Die 6 Meister der Strategie“, Econ/Ullstein).

Lektion 2

Zielsetzung: Investitionsentscheidungen und Risikomanagement

- Das Barwertkonzept
- Der interne Zinsfuß
- Der Baldwin-Zins
- Investitionstheoretische Entscheidungsfindung
- Der Risikomanagement-Prozess
- Die Darstellung von Risiken
- Länder- und Währungsrisiken
- Absicherung von Geschäftsrisiken



Prof. Dr. Andreas Wömpener,
Lehrstuhl für ABWL und Controlling,
Universität Duisburg-Essen, Duisburg

Lehrstuhlinhaber, Unternehmensberatung, Managementweiterbildung. Stationen: WWU Münster, HEC Paris, USC Los Angeles, FAU Boca Raton. Forschungsschwerpunkte: Unternehmensbewertung, Risikomanagement, Internationales Controlling.

Lektion 3

Herausforderung: strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse

- Der relevante Markt
- Marktstatus und Entwicklung
- Marktanalysemethoden im Vergleich: Produktlebenszyklus, Positionierungsanalyse, Portfolioanalysen etc.
- Markt- und Wettbewerbsinformationen beschaffen und aufbereiten
- Basics der Wettbewerbsanalyse, Stellung im Wettbewerb
- Tools der Wettbewerbsanalyse: SWOT-Analyse, Competitive Benchmarking, Potenzialanalyse
- Markt- und Wettbewerbsanalyse und BDM



Prof. Dr. Wolfgang A. Fuchs,
Studiengang Werbung und Marktkommunikation,
Hochschule der Medien (HdM), Stuttgart

Über 30 Jahre Berufserfahrung, davon 8 Jahre bei einem Global Player der Elektronikbranche und über 2 Dekaden in Forschung und Lehre. Vielfältige Publikations- und Referententätigkeit (u. a. Management der Marketingkommunikation in 5. Aufl.).

Lektion 4

Finanzierung: Quellen, Anforderungen und Planung

- Unternehmenslebenszyklus und Finanzierungsarten in den einzelnen Unternehmensentwicklungsphasen
- Finanzierung von Geschäftsfelderweiterungen im Kontext der Unternehmensfinanzierung
- Notwendigkeit einer integrierten Finanzplanung für neue Geschäftsfelder: Planungsziele und -funktionen
- Finanzplanung im Rahmen der Gesamtplanung des BDM
- Aufgaben und Ablauf der Planung
- Formen und Arten der Finanzplanung: Investitions-, Kapitalbedarfs- und Liquiditätsplanung
- Finanz(-planungs)kommunikation an externe und interne Adressaten



Dr. Florian C. Wüller,
Consultant,
BMS Consulting GmbH, Düsseldorf

Studierte in Münster Betriebs- und Volkswirtschaftslehre. Als Partner in der BMS Consulting GmbH begleitet er Finanzdienstleister beim Aufbau erfolgswirksamer Strategien und Marktbearbeitungskonzepte im Firmenkundengeschäft.

Lektion 5

Vermarktung: Marketing- und Vertriebsstrategien für neue Geschäftsfelder entwickeln



- Das AIDA-Konzept: Das Vermarktungsmodell Attention, Interest, Desire, Action
- Wie Sie mit AIDA die richtige Marketing- und Vertriebsstrategie entwickeln
- Der optimale Preis: Cost-Plus-Pricing, Competitive Pricing und Value Pricing
- Wie Sie erfolgreiche Marktpreise statt Cost-Plus-Preise finden
- Der Sales Funnel: Vom Erstkontakt zum Verkauf
- Wie Sie mit dem Sales Funnel den Erfolg durch gezieltes Vermarktungs-Controlling steuern
- CRM: Kundenloyalität managen mit dem Aufbau eines Customer-Relationship-Management-Systems
- Wie Sie mit CRM Neukunden zu Stammkunden entwickeln



Ingmar P. Brunken,
Geschäftsführer,
Brunken Consulting, Bonn

20 Jahre Beratungserfahrung u. a. bei Roland Berger Strategy Consultants und Simon, Kucher & Partners, Interims-Manager, Start-up-CEO, 7 Jahre Vertriebsleitung in der Metallindustrie, Wirtschafts-Bestsellerautor („Die 6 Meister der Strategie“, Econ/Ullstein).

Modul B: Anwendung und Praxis des BDM

Lektion 6

BDM-Fallstudie: Instrumente und Methoden in der Praxisanwendung

- Das Fallbeispiel „ProfilPass“: Ausgangssituation
- Beschreibung der Marktlage
- Einführendes Interview mit dem Projektleiter
- Vorbereitung einer Markt-/Potenzialkundenbefragung
- Übersicht der geeigneten Methoden
- Erstellung eines Fragebogens
- Analyse und Auswertung der Befragungsergebnisse
- Überprüfung der Ergebnisvalidität und -reliabilität
- Potenzialanalyse
- Berechnung von Szenario-Modellen
- Formulierung eines Businessplans
- Marktsimulation: Fallbeispiel
- Die Ableitung eines Aktionsplans
- Formulierung eines Aktionsplans
- Typische Hürden und Fallstricke
- Die 10 wichtigsten Erfolgsfaktoren
- Aufbau eines Steuerungs- und Kontrollsystems
- Definition geeigneter Kernerfolgsindikatoren
- Die Umsetzung der Meilenstein-Planung in eine KPI-Projektion
- Das zentrale Kontrollinstrument: Fallbeispiel „BusinessPilot“



Ingmar P. Brunken,
Geschäftsführer,
Brunken Consulting, Bonn

20 Jahre Beratungserfahrung u. a. bei Roland Berger Strategy Consultants und Simon, Kucher & Partners, Interims-Manager, Start-up-CEO, 7 Jahre Vertriebsleitung in der Metallindustrie, Wirtschafts-Bestsellerautor („Die 6 Meister der Strategie“, Econ/Ullstein).

Lektion 7

BDM-Management: Prozesse im Business Development Management

- Zielsetzung von Prozessen im BDM
- Prozesse definieren
- Rahmenbedingungen und Organisation
- Prozessdesign und -entwicklung
- Prozesse implementieren
- Prozesse monitoren und optimieren



Florian Rohde,
Geschäftsführer,
instrAction GmbH, Heidelberg

Dipl.-Ing. und MBA, Geschäftsführer eines Start-ups in der Wasserfiltration. Über 20 Jahre internationale Erfahrung beim Entwickeln, Einführen und Vermarkten neuer Unternehmen, Geschäftsbereiche und Produkte bei BWT, BRITA, Melitta und Kraft Jacobs Suchard.

Lektion 8

BDM-Organisation: Organisationsmodelle für neue Geschäftsfelder

- Definition „neue Geschäftsfelder“
- Business Development-Prozess und -Organisation
- Organisatorische Optionen für das Corporate BDM
- Institutionalisierung der Business Development-Funktion
- Personelle Kapazitäten für das Business Development
- Qualifikation der Business Developer
- Organisationsmodelle für neue Geschäftsfelder zur Produkt- und Marktentwicklung
- Organisationsmodelle für neue Geschäftsfelder zur Diversifikation
- Organisationsmodelle für BDM-Kooperationen



Ingmar P. Brunken,
Geschäftsführer,
Brunken Consulting, Bonn

20 Jahre Beratererfahrung u. a. bei Roland Berger Strategy Consultants und Simon, Kucher & Partners, Interims-Manager, Start-up-CEO, 7 Jahre Vertriebsleitung in der Metallindustrie, Wirtschafts-Bestsellerautor („Die 6 Meister der Strategie“, Econ/Ullstein).

Lektion 9

BDM-Controlling: Steuerung der Unternehmensentwicklung

- Grundlagen des Controllings als Business Development-Instrument
- Ganzheitliches Business Development-Controlling
- (Vertiefung I:) Strategisches Controlling
- (Vertiefung II:) Steuerung strategischer Entwicklungspotenziale
- (Vertiefung III:) Risikogerechte Bewertung von Handlungsoptionen im Business Development
- (Vertiefung IV:) Kennzahlen im Business Development
- (Vertiefung V:) Abweichungsanalyse und Benchmarking als Business Development-Motor



Prof. Dr. Werner Gleißner,
Vorstand,
FutureValue Group AG, Leinfelden-Echterdingen

Vorstand der FutureValue Group AG und Honorarprofessor für Betriebswirtschaft, insbesondere Risikomanagement, an der TU Dresden.



Bernd P. Mott,
Chief Expert,
SAP SE, Walldorf

Rund 10 Jahre Risikomanagement- und Strategieberatung. Seit 2008 bei SAP in den Bereichen Strategische Finanzplanung, Business Modell Innovation und Transformation tätig. Derzeit im Bereich Customer Innovation & Maintenance in der strategischen Neuausrichtung des Bereichs Co-Innovation mit Kunden tätig.

Lektion 10

Internationales BDM: strategische Erschließung von Auslandsmärkten

- Gesichtspunkte für die Ausarbeitung einer Internationalisierungsstrategie
- Formulierung exportorientierter Ziele
- Möglichkeiten für eine effektive Informationsrecherche
- Kriterien für eine qualifizierte Exportmarkt-Auswahl
- Wichtige Exportmärkte der Zukunft
- Risikoanalyse und Risikoabsicherung
- Anforderungen an eine auslandsbezogene Produktpassung
- Praxiserprobte Vertriebsstrategien in Auslandsmärkten
- Zahlungsabwicklung und Finanzierung im internationalen Umfeld
- Notwendigkeiten und Möglichkeiten einer grenzüberschreitenden Vertragsgestaltung
- Aspekte für ein kundenorientiertes Marketing im Ausland



Hatto Brenner,
Geschäftsführer,
Hatto Brenner International Business Services, Erlangen

Dipl.-Wirtsch.-Ing., langjährige Praxiserfahrung in leitenden Positionen international tätiger Unternehmen sowie Beratungstätigkeit im Rahmen internationaler Projekte. Über Beratungsbüros in ca. 40 Ländern Betreuung von mittelständischen Unternehmen bei der Erschließung von Auslandsmärkten.

Zum Abschluss des Lehrgangs

Ihr qualifiziertes Teilnahmezertifikat
als Dokumentation Ihrer Weiterbildung



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.mc-edition.de/email



Wer an diesem Lehrgang teilnehmen sollte

Leiter, leitende Angestellte und **Nachwachskräfte** der Bereiche **Business Development Management, strategische Unternehmensplanung** und **Geschäftsfeldentwicklung**. **Leitende Mitarbeiter** der Bereiche **F&E, Controlling, Marketing** und **Produktentwicklung** sowie **Kaufmännische Leiter** und **Mitglieder des Vorstands** und der **Geschäftsführung**, die sich mit den komplexen Herausforderungen des Business Development Management vertraut machen möchten.

Gute Gründe für Ihre Teilnahme

Erweitern Sie Ihre Fach- und Methodenkompetenz in Themen wie

- Grundlagen des strategischen BDM,
- strategische Markt- und Wettbewerbsanalyse,
- Finanzierung und Vermarktung,
- Instrumente und Methoden in der Praxis,
- BDM-Controlling,
- internationales BDM u. v. m.

Wählen Sie Ihre Buchungsvariante

- 👉 Web-Version des Lehrgangs über die **Online-Lernplattform** für € 1.595,- (zzgl. MwSt.)
- + zusätzlich die **Printversion** inklusive Einstiegspaket für weitere € 200,- (zzgl. MwSt.)
- + zusätzlich das **aktuelle iPad** (32 GB, Wi-Fi, Space Grau)* für weitere € 245,- (zzgl. MwSt.)

* Auf Wunsch bieten wir Ihnen gern auch andere iPad-Modelle an.

So melden Sie sich an

Online-Anmeldung: www.mc-edition.de/sl-bdm

PDF zum Ausdrucken: www.mc-edition.de/form-ml

E-Mail: anmeldung@mc-edition.de

Anmeldung: +49 6196 4722-700

Kundenservice: +49 6196 4722-800

Per Post: Management Circle Verlag GmbH, Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts. (Germany)

Teilnahmebedingungen

Dieser Lehrgang dauert 10 Wochen und umfasst 10 Lektionen. Die Teilnahmegebühr für die Web-Version des Lehrgangs über die Online-Lernplattform inkl. qualifiziertem Teilnahmezertifikat beträgt pro Person € 1.595,-. Sie können die Web-Version um folgende Zusatzoptionen erweitern:

Für € 200,- mehr (Gesamtpreis € 1.795,-) erhalten Sie die Printversion inkl. Einstiegspaket per Post.

Für € 245,- mehr (Gesamtpreis € 1.840,-) bekommen Sie das aktuelle iPad (32 GB, Wi-Fi, Space Grau).

Die Kombination der Web-Version und beider Zusatzoptionen für € 445,- mehr (Gesamtpreis € 2.040,-) ist ebenfalls möglich.

Die Lehrgangsunterlagen inkl. der inhaltlichen Updates stehen Ihnen ab Lehrgangsstart ein Jahr digital über die Online-Lernplattform zur Verfügung.

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Ab der zweiten unternehmensinternen Buchung dieses Lehrgangs erhalten Sie einen **Preisnachlass von 10 %**. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie Anmeldebestätigung und Rechnung, die per Überweisung zu zahlen ist. Ihre Anmeldung können Sie innerhalb von 14 Tagen nach deren Eingang schriftlich widerrufen. Im Fall einer Stornierung kann ein ggf. gebuchtes iPad nur originalverpackt zurückgenommen werden.

Werbewiderspruch

Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke durch die **Management Circle Verlag GmbH** selbstverständlich jederzeit widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen. Hierfür genügt eine kurze Nachricht an unseren Datenschutzbeauftragten per Mail an datenschutz@mc-edition.de oder per Post an **Management Circle Verlag GmbH**, Abteilung Datenschutz, Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.

Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie unter www.mc-edition.de/datenschutz-verlag.