

Unternehmerisch denken und handeln

Grundlagen Kompaktkurs

Veranstaltungsort:

Seminar Nr.:

Dauer:
3 Tage

Minimum TeilnehmerInnen:
Maximum TeilnehmerInnen:

Blatt Nr.:

Seminarziele:

Nicht nur im Kontext von Arbeit 4.0 wird unternehmerisches Denken und Handeln auch für Angestellte und Entscheider in der mittleren Managementebene immer wichtiger. Die Kompetenz zu unternehmerischem Denken und Handeln stärkt maßgeblich die Fähigkeit zur selbstverantwortlichen Mitarbeit und trägt zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit bei.

Die Weiterbildung vermittelt als kompakter Grundlagenkurs das notwendige fachliche und methodische Rüstzeug, das auch Startups und junge GründerInnen zur eigenständigen unternehmerischen Kompetenz verhilft und wurde in der Praxis vielfach erprobt.

Das Mindset des unternehmerischen Denken und Handelns wird an nachvollziehbaren Modellen und grundlegenden Überlegungen geschult. Im Fokus steht die strategische Ausrichtung des Denkens auf unternehmerischen Erfolg und logisch-praktisches unternehmerisches Handeln. Deshalb profitieren von dem Seminar Menschen mit und ohne BWL-Kenntnisse oder mathematischen Fähigkeiten.

Alle vorgestellten Strategien und trainierte Methoden sind vielfach praxisbewährt und realitätsnah. Aktuelle Fallbeispiele aus der unternehmerischen Wirklichkeit runden den praktischen Nutzen des Seminars ab.

Der Praxistransfer wird im Seminar durch zahlreiche Anknüpfungen an die Lebenswirklichkeit der Teilnehmenden nachhaltig unterstützt. Kognitive, affektive und psychomotorische Lernziele werden ausgewogen angesprochen für einen maximalen Lernerfolg.

Lernen mit Freude:

Ein moderner, abwechslungsreicher und gehirngerechter Methodenmix aus Wissensinput, Lerndialogen, kollaborativen Teamaufgaben, Reflective-Learning-Prozessen, Visual Facilitation, Gruppenübungen, Tandemarbeit, Reflexionsaufgaben, Diskussionen und kreativen Übungen unterstützt den individuellen Lernprozess.

Lernservice:

Zum Seminar gehören umfangreiches, farbiges Handouts zu allen behandelten Themen sowie individualisierte Arbeitsbögen als Transferhilfe.

Alle im Seminar entstehenden Unterlagen werden für die Teilnehmenden digital aufbereitet und als farbiger Druck und per Email zur Verfügung gestellt.

Zielgruppe:

Menschen, die für berufliche Kontexte ihr unternehmerisches Denken und Handeln stärken wollen

Vorkenntnisse:

Es sind keine Vorkenntnisse in BWL notwendig. Für die Weiterbildung werden keine besonderen mathematischen Fähigkeiten benötigt.

„Intelligenz ist die Fähigkeit, sich dem Wandel anzupassen.“

Stephen Hawking



Vermittelte Theorieinputs:

- Wie entsteht unternehmerischer Erfolg?
- Erfolgsfaktoren am Beispiel des IT-Konzerns Apple Inc.
- Kundenorientiertes unternehmerisches Denken
- Die sieben klassischen psychologischen Kaufmotive: Warum kaufen Kunden ein?
- Klassische Gesichtspunkte des Businessplans
- Die unternehmerische Bedeutung der Präsentation, des Markenaufbaus und der Außendarstellung für den wirtschaftlichen Erfolg
- Die Bedeutung des Kundenerlebnisses für die langfristige Kundenbindung
- Marktforschung und strategische Marktpositionierung
- Möglichkeiten der Gewinnsteigerung und Wertschöpfung
- Marktchancen erkennen und nutzen – Innovationen initiieren
- Einführung in strategische SWOT-Analysen
- Einführung in unternehmerische Rechtsfragen
- Strategisches Denken zur Reduktion von unternehmerischen Risiken
- Erfolgversprechende Zielgruppen
- Marketinginstrumente zur gezielten Zielgruppenansprache
- Strategische Gesichtspunkte in Verhandlungssituationen

Vermittelte Methodenkompetenzen:

- Grundfragen des Businessplans
- Stärken/Schwächen – Analyse
- Chancen/Risiken – Analyse
- Produktdefinition – die Angebotsseite im Fokus
- Kundennutzenanalyse
- USP und Alleinstellungsmerkmal
- Zielgruppendefinition mit der Umkehrmethode
- Verkaufsargumente anhand des USPs definieren
- Grundlagen der unternehmerischen Kalkulation
- Klassische Marketinginstrumente zur gezielten Zielgruppenansprache kennen und für konkrete Einsatzorte bewerten können
- Die Technik des Elevator Pitch zum Überzeugen, zur Reflexion und zur konzentrierten Präsentation
- Reflexion: Was macht eine Marke aus?
- Präsentation des eigenen Unternehmens
- Ideenentwicklung zur Kostenreduktion
- Ideenentwicklung zur Wertsteigerung
- Ideenentwicklung zur Ausweitung der Marktanteile
- Kommunikationsregeln und Körpersprache in Verhandlungssituationen

Vermittelte praktische Trainingsmöglichkeiten (Begleitender und vorbereitender Praxistransfer):

- Sensibilisierung für wichtige unternehmerische Schlüsselpunkte und Rahmenbedingungen
- Grundlegende Zusammenhänge der Rentabilität erkennen und verstehen
- Grundlagen der unternehmerischen Kalkulation und Preispolitik
- Verständnis für die Faktoren und Zusammenhänge für eine nachhaltige und zukunftsfähige Wettbewerbsfähigkeit
- Die Dualität von Angebotsdefinition und Kundennutzen
- Die Zusammenhänge von Kaufkraft, Stückkosten, Preisgestaltung, Marktanteilen und Wertigkeit eines Produkts
- Risikomanagement am Beispiel von konkreten Geschäftsideen
- Grundlegende Vertriebs- und Akquisefragestellungen einordnen und nachvollziehen können
- Geeignete Vertriebskanäle für konkrete Fallbeispiele identifizieren und bewerten
- Verhandeln in Verkaufssituationen
- Zielgruppengerechte Kundenansprache
- Selbsttest Verkaufskommunikation
- Ausreichende Beachtung der Kundensicht
- Leitfragen der Marktforschung definieren können



Unternehmerisch denken und handeln	Veranstaltungsort:		Seminar Nr.: 16
	Dauer: 3 Tage	Minimum TeilnehmerInnen: Maximum TeilnehmerInnen:	Blatt Nr.: 3

Inhaltliche Gliederung der Weiterbildung

Module	Thema	Lernziel	Art
1. Tag			
1	Wie entsteht unternehmerischer Erfolg?	Grundbedingungen für wirtschaftlichen Erfolg kennen und an aktuellen Fallbeispielen nachvollziehen	Kognitiv
	Wissensquiz „Rasender Reporter“-Unternehmerisches Grundwissen	Aktivierung und Sensibilisierung für wichtige unternehmerische Schlüsselpunkte und Rahmenbedingungen	Kognitiv/ affektiv
2	Produkt- und Dienstleistungsdefinition Kundennutzenanalyse	Den Sinn und die Notwendigkeit einer klaren Produktdefinition verstehen; die Dualität von Angebot und Kundennutzen nachvollziehen können	Kognitiv
	Erfolgsfaktor Zielgruppe	Verschiedene Typen von Zielgruppen unterscheiden und analytisch betrachten können; Strategisch günstige Zielgruppen ausmachen können	Kognitiv/ affektiv
3	Psychologische Kaufmotive: Warum kaufen Kunden ein?	Die sieben klassischen Kaufmotive kennen und in unternehmerischen Kontexten anwenden können	Kognitiv/ affektiv
	Wettbewerbsfähigkeit herstellen	Verständnis für die Faktoren und Zusammenhänge für eine nachhaltige und zukunftsfähige Wettbewerbsfähigkeit	Kognitiv
4	USP und Alleinstellungsmerkmal	Funktion und Aufgabe eines Alleinstellungsmerkmals und USPs verstehen; aus sekundären Kundennutzen USPs ableiten können	Kognitiv/ affektiv
	Marktforschung, strategische Marktpositionierung	Aufgaben und Funktionen der Marktforschung verstehen, Leitfragen für die Marktforschung definieren können (mit dem Ziel einer strategische Marktpositionierung)	Kognitiv

Module	Thema	Lernziel	Art
2. Tag			
5	Kalkulation	Die Grundlagen der unternehmerischen Kalkulation anhand anschaulicher Beispiele erkennen und bestimmen	Kognitiv/ affektiv
	Rentabilität und Kosten	Grundlegende Zusammenhänge der Rentabilität erkennen und verstehen; Betriebliche Kosten identifizieren können	Kognitiv
6	Preispolitik und Gewinn	Die Zusammenhänge von Kaufkraft, Stückkosten, Preisgestaltung, Marktanteilen und Wertigkeit eines Produkts verstehen	kognitiv
	Unternehmerisches Denken: Grundlagen des Businessplans	Die Grundlagen eines Businessplans verstehen	Kognitiv



Unternehmerisch denken und handeln	Veranstaltungsort:		Seminar Nr.:
	Dauer: 3 Tage	Minimum TeilnehmerInnen: Maximum TeilnehmerInnen:	Blatt Nr.:

7	Zielgruppengerechte Kundenansprache – Kundensicht beachten	Einführung in die zielgruppengerechte Kundenansprache, USP basierte Verkaufsargumente definieren können; Ausreichende Beachtung der Kundensicht	Kognitiv
	Kundenerlebnis – Kundenbindung	Grundlegende Basisbausteine der Verkaufskommunikation; Die Bedeutung des Kundenerlebnisses für die langfristige Kundenbindung	Kognitiv/affektiv
8	Verhandeln mit strategisch-unternehmerischem Kontext	Einführung in strategische Überlegungen in unterschiedlichen Verhandlungssituationen; Reflexion über Kommunikationsregeln und Körpersprache	Kognitiv/affektiv/psychomotorisch
	AGBs und Rechtsfragen	Einführung und Reflexion über grundlegende unternehmerische Rechtsfragen	Kognitiv

Module	Thema	Lernziel	Art
3. Tag			
9	SWOT Analyse Teil 1 und 2: Stärken und Chancen	Einführung in die strategische SWOT-Analyse; Unternehmerische Stärken und Chancen am Beispiel von konkreten Geschäftsideen analysieren können	Kognitiv/affektiv
	SWOT Analyse Teil 3 und 4: Schwächen und Risiken	Unternehmerische Schwächen und Risiken am Beispiel von konkreten Geschäftsideen analysieren können	Kognitiv
10	Reduktion von unternehmerischen Risiken	Strategisches Denken zur Reduktion von unternehmerischen Risiken am Beispiel der vorangegangenen SWOT-Analyse trainieren	Kognitiv/affektiv
	Marktchancen erkennen und nutzen / Innovationen	Aus SWOT-Analysen Marktchancen ableiten und unternehmerisch nutzen; Innovationen initiieren	Kognitiv/affektiv
11	Marketinginstrumente für gezielte Zielgruppenansprache	Klassische Marketinginstrumente zur gezielten Zielgruppenansprache kennen und für konkrete Einsatzorte bewerten können	Kognitiv
	Grundlegende Überlegungen zu Vertrieb und Akquise	Grundlegende Vertriebs- und Akquisefragestellungen einordnen und nachvollziehen können	Kognitiv
12	Präsentation, Markenaufbau, Außendarstellung	Die unternehmerische Bedeutung der Präsentation, des Markenaufbaus und der Außendarstellung für den wirtschaftlichen Erfolg verstehen	Kognitiv
	Überzeugen - Elevator Pitch	Die Technik des Elevator Pitch zum Überzeugen, zur Reflexion und zur konzentrierten Präsentation einsetzen können	Kognitiv/affektiv/psychomotorisch

