
Schulungsangebot



BRANTA



Haben Sie schon einmal den Flug der Wildgänse beobachtet?

Sie bewegen sich als Schwarm in der Formation einer liegenden "1" und wechseln sich in der vordersten Position kontinuierlich ab: jeder übernimmt für eine Zeit die Spitzenstellung und bringt durch seine Energie und Stärke die gesamte Schar nach vorne. Für das Einhalten des gemeinsamen Reisekurses sorgt der Navigator, der in zweiter Position fliegt.

Dieses Bild hat uns inspiriert, BRANTA, die Wildgans, als Symbol unseres Netzes für Berater und Prozessbegleiter zu wählen: Sie können sich auf Ihre eigene Kraft konzentrieren und immer wieder an der Spitze fliegen, während BRANTA mit führender Kompetenz und Erfahrung in der Industrie als Navigator darauf achtet, dass Sie auf Kurs bleiben.

Unser Seminarangebot

PROJEKTMANAGEMENT	5
Grundlagen des Projektmanagement	5
Intensiv-Kurs zur Vorbereitung auf den IHK geprüften IT-Projektleiter Teil1-3	6
Integriertes Projektmanagement	7
Vertiefungsseminar Projektmanagement: Open Space als Methode	9
Vertiefungsseminar Projektmanagement: Projektplanung und Projektcontrolling	10
FIT – Fit im Team für die Projektarbeit	11
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT:	12
Grundlagen Customer Relationship Management:	12
Der CRM- orientierte Mitarbeiter	13
Erfolgsfaktoren bei der CRM-Einführung	14
CRM-Controlling	15
Projekt- und Veränderungsmanagement in CRM-Projekten	16
Operatives Customer Relationship Management	17
Analytisches Customer Relationship Management	18
Erfolgsmessungen im Direktmarketing	19
CRM für Führungskräfte	20
Database Marketing Grundlagenseminar	21
Kampagnenmanagement für KMU's	22
Marketing Automation	23
Datenqualität und Datenaufbereitung in CRM-Projekten	24
BUSINESS INTELLIGENCE	25
Business Intelligence, Data Mining, OLAP, Datawarehouseing und analytisches CRM: Eine Führung durch den Irrgarten.	25
Einführung in Business Intelligence	26
Grundlagen Data Mining	27
ETL-Prozesse in Datawarehouse Projekten	28

Data Mining im Bereich Qualitätssicherung und Materialprüfung	29
OLAP Online Analytical Processing	30
OLAP Online Analytical Processing	30
Data Warehousing	31
Aufbau einer Marketing Datenbank (Workshop)	32
ANFORDERUNGSMANAGEMENT	33
Einführung ins Anforderungsmanagement	33
Spezialworkshop: Kommunikationstechniken im Anforderungsmanagement	34
VIRTUELLE UNTERNEHMEN	35
Virtuelle Unternehmen, Chancen und Risiken	35
Wie baue ich ein Netzwerk auf?	36
Wie Berater / Wissensarbeiter ihr intellektuelles Kapital optimal nutzen	37
WISSENSMANAGEMENT	38
Grundlagen des Wissensmanagement	38
Skilldatenbanken: Traum oder Wirklichkeit	39
HUMAN RESOURCES MANAGEMENT	40
Exzellente Rhetorik und Führung	40
Führung in der Praxis- die Beratermethode	41
Zeitmanagement und Streßbewältigung	42
Teamentwicklung	43

Seminarbeschreibung

Projektmanagement

Grundlagen des Projektmanagement

Zielgruppe: Mitarbeiter in IT- Projekten

Seminarziel: Für die effiziente Zusammenarbeit im Projekt müssen nicht nur Projektleiter sondern auch Projektmitarbeiter die Begriffswelt der Projektarbeit kennen und Techniken und Tools des Projektmanagements anwenden können.

Dieses Seminar vermittelt die dazu erforderlichen Grundkenntnisse.

Seminarinhalt:

- Was kennzeichnet ein Projekt ?
- Welche Arten von Projekten gibt es ?
- Projekt versus Linie - Gründe eine Aufgabe als Projekt durchzuführen
- Was ist Projektmanagement ?
- Wie sollte ein Projektziel beschrieben sein ?
- Projektergebnis = Produkt / System
- Die 3 Dimensionen des Projektmanagements
- Projekterfolg

- Prozesse in der Projektarbeit
- PUMA Projektumfeldanalyse
- Projektorganisation
- Rollen und Aufgaben im Projektteam

- Systemstruktur / Produktstruktur
- Projektphasen
- Vorgehensmodelle in der SW-Entwicklung
- Projektplanungsmatrix

- Projektplanung
- Aufwandschätzung
- Terminplanung
- Mitarbeiterereinsatzplanung
- Meilensteine

- Information und Kommunikation im Projekt
- Projektberichtswesen
- Dokumentation
- Informationsversorgung des Projektumfeldes

- Projektabschluss

Umfang: 2 - 5 Tage je nach Intensität

Vermittlungsmethode: Vortrag, Gruppenarbeit, Diskussion

Seminarbeschreibung

Intensiv-Kurs zur Vorbereitung auf den IHK geprüften IT-Projektleiter Teil1-3

Zielgruppe: Alle, die sich auf die Prüfung für den IHK zertifizierten IT-Projektleiter vorbereiten

Seminarziel: Die Teilnehmer erhalten die Möglichkeit sich neben dem Selbststudium intensiv auf die Prüfung für den IHK zertifizierten IT-Projektleiter vorzubereiten

Seminarinhalt:

Grundlagen des Projektmanagement s.o. unter besonderer Berücksichtigung der IHK-Prüfungsordnung

Umfang: 3 mal je 5 Tage

Vermittlungsmethode: Vortrag, Gruppenarbeit, Diskussion

Seminarbeschreibung

Integriertes Projektmanagement

Zielgruppe: Projektleiter (und Professionals auf dem Wege dort hin)

Seminarziel: Die Teilnehmer werden nach dem Besuch des Seminars hinsichtlich struktureller und kultureller Aspekte folgendes kennen und umsetzen können:

Strukturelle Aspekte

- Voraussetzungen für eine prozessorientierte und ganzheitliche Projektarbeit
- verschiedene Projektarten und deren Anforderungen
- Projekte ziel- und prozessorientiert abwickeln
- Beherrschen auch komplexe Problemstellungen
- die Funktionen eines modernen Projektmanagement
- Ziele, Restriktionen und Rahmenbedingungen für ein Projekt erarbeiten und abstimmen
- die Bedeutung klarer Projektaufträge
- den Projektablauf anhand eines standardisierten Vorgehensmodells strukturieren können
- Aufgaben, Rollen und Anforderungen der Projektbeteiligten
- bei der Durchführung von Projekten Qualitäts-, Zeit- und Kostenziele einhalten

Kulturelle Aspekte

- sich der großen Bedeutung einer konstruktiven Zusammenarbeit für den Projekterfolg bewusst sein
- die typischen Probleme kennen, die zwischen Linie und Projekt auftreten
- wissen, welche Anforderungen an Projektleiter und Projektmitarbeiter daraus resultieren
- Verständnis für die eigene Rolle, Anforderungen und Standort bekommen
- Verständigungsbarrieren und Missverständnisse wahrnehmen und abbauen können
- Konflikte konstruktiv bearbeiten können und als Chance nutzen
- Projektgruppen und Sitzungen moderieren können

Seminarinhalt:

Strukturelle Aspekte

Grundlagen des Projektmanagement

- Bedeutung von Projekten und Projektmanagement in einer Zeit beschleunigten Wandels
- Projekt und Linie in Kombination
- Projektmanagement-Definitionen
- Erfolgs- und Misserfolgskriterien des Projektmanagements
- Prinzipien prozessorientierter Projektgestaltung
- Contracting für das Seminar

Seminarbeschreibung

Projektinitiativprozess: Von der Idee zum Auftrag

- Auftragsabstimmung: Auftrag als zentrales Planungs- und Steuerungsinstrument
- Kontraktgestaltung mit Auftraggeber
- Projektmarketing

Ergebnisplanung

- Projekte an Zielen orientiert führen (Zielformulierung, -abstimmung)
- Beherrschung komplexer Projekte (Systemdenken)
- Abgrenzung von Projekten/ Teilprojekten/ Arbeitspakete (Delegation)
- Koordination der Schnittstellen

Aufbauorganisation

- Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung des Projektleiters (Rolle)
- Formen der Projektaufbauorganisation

Vorgehensplanung

- Projektablauforganisation (Projektphasen, Meilensteine, Feinstrukturierung von Phasen)
- Ziele und Ergebnisse einzelner Phasen
- Projektstrukturplan
- Ermittlung von Projektaufwand, -Zeiten und Kosten (Budget)

Projekt diagnose und -Steuerung (Qualitätssicherung)

Information im Projektmanagement

Umfang: 3 oder 5 Tage je nach Intensität

Vermittlungsmethode: Vortrag, Gruppenarbeit, Diskussion

Das Seminar von zwei Referenten durchgeführt, die ihren jeweiligen Schwerpunkt im Vermitteln von sozialer Kompetenz, respektive in den Methoden und Techniken des Projektmanagement haben

Seminarbeschreibung

Vertiefungsseminar Projektmanagement: Open Space als Methode

Zielgruppe: Projektleiter, Personalentwickler, Berater

Seminarziel: Die Methode des Open Space Forums für den Einsatz im Projektmanagement oder konkreter Personalentwicklungsmaßnahme in Großorganisationen nutzen, Themenvielfalt im Open Space Forum entdecken und zur Entwicklung anwendbarer Maßnahmen in Workshops bearbeiten, Ziele zur Umsetzung und die Methodik implementieren

Seminarinhalt: .

- Eröffnung des Open Space Forums als Methodenworkshop
- Bearbeitung brandaktueller Themen in Kleinworkshops
- Gruppendynamische Besonderheiten im Open Space zur Erweiterung des methodischen Repertoires im Projektmanagement
- Entwurf und Realisierung von Veränderungen innerhalb des Projekts
- Aktionspläne für zukünftige Aktivitäten im Qualitätswesen des Konzerns

Neuausrichtung und Optimierung der Abläufe des Projektmanagement intern sowie methodische Vielfalt zum schnellen Wandel im Unternehmen nutzen.

Umfang: 2 Tage

Vermittlungsmethode: Moderierte Konferenz, Vorträge, Kleinworkshops

Seminarbeschreibung

Vertiefungsseminar Projektmanagement: Projektplanung und Projektcontrolling

Zielgruppe: Projektleiter (und Professionals auf dem Wege dort hin)

Seminarziel: Der Projekterfolg hängt maßgeblich der Projektplanung und dem Projektcontrolling ab. Die Teilnehmer lernen die einzelnen Aspekte zu verstehen und anzuwenden.

Seminarinhalt:

- Projektplanung
- Projektstrukturplan
- Aufwandschätzung
- Terminplanung
- Mitarbeitereinsatzplanung
- Meilensteine

- Information und Kommunikation im Projekt
- Projektcontrolling
- Projektberichtswesen

- Projektdiagnose und -Steuerung (Qualitätssicherung)
- Dokumentation
- Informationsversorgung des Projektumfeldes

Umfang: 2 Tage

Vermittlungsmethode: Vortrag, Gruppenarbeit, Diskussion

Seminarbeschreibung

FIT – Fit im Team für die Projektarbeit

Die Zusammensetzung und -arbeit eines Projektteams ist ein wesentlicher Grundbaustein für den Erfolg von Projekten.

Zielgruppe : Projekt-Mitarbeiter (möglichst ganze Projektteams)

Seminarziele : Für die effiziente Zusammenarbeit im Projekt müssen nicht nur Projektleiter, sondern auch Projektmitarbeiter Fertigkeiten für Teamarbeit kennen lernen und weiterentwickeln und in der Projektarbeit anwenden können. Dieses Seminar vermittelt die dazu erforderlichen Grundkenntnisse. Es kann auch auf Wunsch für bereits definierte Teams als "Team-Kickoff" gebucht werden. Dieses wird auf die konkreten Inhalten und Bedürfnisse des Teams im Vorfeld maßgeschneidert.

Seminarinhalt:

- Was kennzeichnet ein Team? Team ist mehr als „Gruppe“
- Voraussetzung für gute Teamarbeit
- Teamorganisation und Steuerung
- Teamerfolg
- Problemsammelungs- und Auswahltechniken :
Brainstorming, Brainwriting, Mindmapping, paarweise Gewichtung, Advocatenmethode
- Themenauswahl und Zieldefinition:
Übung zur Zielformulierung
- Problemanalyse:
Ursache / Wirkungsanalyse (Fishbone-Diagramm)
- Rollen und Aufgaben im Projektteam
- Spielregeln im Team
- Die Moderation von Teams
- Umgang mit Schwierigkeiten im Team: Problemlösungstechniken
- Teamentwicklungsuhr und die Meilensteine
- Vorbereitung und Durchführung der ersten Projektsitzung
- Projektabschluss und der Umgang mit Lob

Umfang: 2 Tage

Vermittlungsmethode: Vortrag, Gruppenarbeit, Einzelarbeit, Outdoor, Diskussion

Customer Relationship Management:

Grundlagen Customer Relationship Management:

Zielgruppe: Entscheider und Mitarbeiter aus den Bereichen Customer Relationship Management, Marketing und Vertrieb, Kundenservice sowie Projektleiter und Projektmitarbeiter CRM

Seminarziel: Das Seminar vermittelt einen Überblick über die wesentlichen Anforderungen, Aufgaben und Kompetenzen des modernen Customer Relationship Management und ein fundiertes Basis-Know-how im CRM.

Seminarinhalt:

- CRM – eine Unternehmensstrategie zur Kundenbindung
 - Definition der Begriffe rund um CRM
 - Warum CRM kein IT-Projekt ist
 - Ziele des CRM
 - Kritische Erfolgsfaktoren
- Strategisches, operatives, kollaboratives und analytisches CRM
 - Strategisches CRM:
 - ganzheitliche Kundenbetrachtung als Schlüssel zum Erfolg
 - Prozesse und Organisation
 - Analyse, Gestaltung und Bewertung von CRM-Prozessen
 - Aufbau einer kundenorientierten Organisation
 - Analytisches Customer Relationship Management
 - Prognose des Kundenverhaltens mit Data Mining
 - Kundenwert und Kundenpotenzial
 - Integration von analytischen Prozessen in den CRM-Zyklus
 - Operatives und kollaboratives Customer Relationship Management
 - Kampagnen-Management-Systeme
 - CRM-Technologien
- CRM-Controlling
 - Verfahren und Methoden zur Bestimmung der Kunden-Profitabilität
 - Definition der wichtigsten Kennzahlen
 - Projektcontrolling

Umfang: 2 Tage

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Der CRM- orientierte Mitarbeiter

Zielgruppe: Mitarbeiter von Vertrieb, Marketing und Kunden-Service, die mit einem CRM-System arbeiten (werden)

Seminarziele: Nach Besuch des Seminars wissen Sie, dass CRM ein ganzheitlicher Ansatz zur kundenorientierten Unternehmensführung ist, und sind sich über die Bedeutung des CRM-Ansatzes zur Erreichung Ihrer Arbeits- und der Unternehmensziele bewußt. Kundenorientierte abteilungsübergreifende Prozesse sind Ihnen bekannt und Sie wissen, wie ein CRM-System die Möglichkeiten zur Optimierung der kundenspezifischen Kommunikation und der Kundenanalyse eingesetzt werden kann.

Seminarinhalte:

- Das Unternehmen in der heutigen Wirtschaft:
 - Kundenrelevante Information als Erfolgsfaktor in der heutigen Wirtschaftswelt
 - Beziehungsmarketing
 - Beziehungsmanagement
- Definition CRM:
 - Was versteht man unter CRM? Eine Denkhaltung, eine Strategie, eine Software?
 - Die Bedeutung von CRM für den Unternehmenserfolg – Analytisches CRM, operatives CRM, kollaboratives CRM
- CRM-Software:
 - Überblick über verschiedene Anbieter und Produkte
 - CRM-Integration in ein ERP-(Enterprise Resource Planning) System
 - Leistungselemente eines CRM-Systems
- Das CRM-Systems im Arbeitsalltag:
 - Datenpflege im CRM-System und ihre Auswirkungen auf die eigene Arbeit und die anderer Abteilungen
 - die effiziente Nutzung eines CRM-Systems für typische Arbeiten im Marketing, Vertrieb, Service, Callcenter
 - Kundenanalysen, Auswertungsmöglichkeiten

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Erfolgsfaktoren bei der CRM-Einführung

Zielgruppe: Führungskräfte, CRM-Projektleiter, Management, Mitglieder des CRM-Projektteams

Seminarziel: Nach dem Seminar wissen Sie, wie ein CRM-Implementierungsprojekt methodisch angegangen werden kann und kennen die kritischen Punkte, die für den Projekterfolg relevant sind. Sie verfügen über das Rüstzeug, um die eigenen Problemstellungen systematisch angehen zu können und die kritischen Faktoren erfolgreich zu gestalten.

Seminarinhalte:

- Grundlagen
 - Definition von CRM
 - CRM – Software oder strategischer Ansatz zur kundenorientierten Unternehmensführung?
 - Die Tool fokussierte Implementierung versus ganzheitlichem Ansatz
- Die Phasen eines CRM-Projektes
- Projektstart - Zielbestimmung - Projektmarketing
- Vorgehensmodelle für CRM-Projekte
- Projektmanagement in CRM-Projekten
- Anforderungsmanagement in CRM-Projekten
- Erfolgsmessung in CRM-Projekten

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

CRM-Controlling

Zielgruppe: Führungskräfte, CRM-Projektleiter, Management, Mitglieder des CRM-Projektteams

Seminarziel: Nach dem Seminar wissen Sie, wie sich der Erfolg oder Misserfolg der einzelnen CRM-Maßnahmen überwachen und berechnen lassen.

Seminarinhalt:

- Verfahren und Methoden zur Bestimmung der Kunden-Profitabilität
 - Ansätze zur Bewertung der Kunden
 - Forschung vs. Praxis
- Definition der wichtigsten Kennzahlen
 - Kritische Erfolgsfaktoren
 - Transparenz als Voraussetzung
 - Balanced Scorecard als strategisches Controlling-Instrument
 - Unternehmensübergreifende Kennzahlen
 - Das Kompass-Syndrom
- Projektcontrolling
 - Anforderungen an operatives CRM-Controlling
 - Projektorganisation und Zusammenspiel
 - Entwicklung von Ansprachemodellen
 - Der Projektcontrolling-Zyklus
 - Paradigmenwechsel: Beispiel „eCRM-Projekte“
- CRM-Controlling an Beispielen von Vertriebsprojekten
 - Anforderungen des Auftraggebers
 - Methoden zur Steuerung
 - Aufbau eines CRM-Lernumfeldes
 - Die „unendlichen“ CRM-Projekte
 - Praxisbeispiele für Ergebnisse aus CRM-Projekten

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Projekt- und Veränderungsmanagement in CRM-Projekten

Zielgruppe: Führungskräfte, CRM-Projektleiter, Management, Mitglieder des CRM-Projektteams

Seminarziel: Nach dem Seminar wissen Sie, welche Projektmanagement-Schritte zur erfolgreichen Einführung von CRM im Unternehmen notwendig sind und wie sie mit den daraus resultierenden Veränderungen gewinnbringend umgehen können.

Seminarinhalt:

- Erfolgsversprechende Ansätze und Vorgehensweisen
 - Umgang mit Komplexität
 - Strategische Vorgaben in Projektstrukturen umsetzen
 - Definition von Teilprojekten
- Machbarkeitsstudie, Business Case
 - Ermittlung erfolgskritischer Projektfaktoren
 - Einflussgrößen der Potenzialermittlung
 - Bewerten der Faktoren
- Quick-wins identifizieren und umsetzen
 - Identifizieren von Quick-win Potentialen und Ansätzen
 - Einbetten in die / eine Gesamtstrategie
 - Umsetzungsbeispiele
- Veränderungsmanagement
 - Herausforderungen und Hürden der CRM-Projekte
 - Die Rolle des Veränderungsmanagements in CRM-Projekten
 - Veränderungen erfolgreich begleiten

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Operatives Customer Relationship Management

Zielgruppe: Führungskräfte, CRM-Projektleiter, Management, Mitglieder des CRM-Projektteams

Seminarziel: Nach dem Seminar kennen Sie die verschiedenen Seiten des operativen CRM und können einschätzen, welche der beiden Seiten in Ihrem Unternehmen zuerst eingeführt werden sollte, um die Kundenkommunikation und Kundenbindung zu optimieren.

Seminarinhalt:

- Kampagnen-Management-Systeme
 - Was leisten Kampagnen-Management-Systeme?
 - Integrierte Kommunikation unter Nutzung aller Kommunikationskanäle
 - Marketing Automation als Umsetzung des Closed-loop-Marketing
- CRM-Technologien
 - Bausteine und Grundfunktionen von CRM-Software
 - Aufbau, Inhalte und Funktionsweisen von CRM-Software
 - Schnittstellen
 - Operative Umsetzung: Outsourcing, Make or Buy?
 - Das Anforderungsprofil als Grundlage für die Softwareauswahl
 - Überblick über den CRM-Software-Markt
 - Faktoren zur Systemauswahl
 - Projektrealisierung und Integration in das Unternehmen

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Analytisches Customer Relationship Management

Zielgruppe: Führungskräfte, CRM-Projektleiter, Management, Mitglieder des CRM-Projektteams

Seminarziel: Nach dem Seminar kennen Sie die wesentlichen Elemente und Anwendungen im analytischen CRM, die Ihnen helfen, profitable Kunden zu erkennen und eine verhaltensabhängige Kommunikation zum Kunden aufzubauen

Seminarinhalt:

- Kundensegmentierung als Basis für erfolgreiches CRM
 - Individuelle Ansprache für differenzierte Zielgruppen
 - Segmentierungsdimensionen: Produkte, Kanäle, Kundenwerte, u.a.
 - Interne und externe Daten als Segmentierungsbasis
 - Verfahren zur Kundensegmentierung
- Prognose des Kundenverhaltens mit Data Mining
 - Verhaltensprognose: Wer kauft wann was und wie?
 - Einführung in Data Mining, Definition und Abgrenzung
 - Der Data Mining Prozess
 - Data Mining im analytischen CRM
 - Der lange Weg von „Daten“ zu „Informationen“
- Kundenwert und Kundenpotenzial
 - Kundenwertberechnung: Methoden und Modelle
 - Prognose des Kundenpotenzials und Customer Lifetime Values
- Integration von analytischen Prozessen in den CRM-Zyklus

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Erfolgsmessungen im Direktmarketing

Zielgruppe: Führungskräfte, CRM-Projektleiter, Management, Mitglieder des CRM-Projektteams

Seminarziel: Der große Vorteil des Direktmarketing im Verhältnis zum klassischen Marketing ist, dass der Erfolg auf Ebene der einzelnen Adresse nachgewiesen werden kann. Sie lernen die wesentlichen Techniken, aber auch die Hürden kennen.

Seminarinhalt:

- Grundlagen Direktmarketing
- Kennzahlen
- Erfolgsmessung
 - Interne Adressen
 - Externe Adressen
- Einflussfaktoren
 - Auf die Aussagekraft der Erfolgsmessung
 - Auf das Ergebnis

Umfang: 0,5 bis 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag und Beispiele

Seminarbeschreibung

CRM für Führungskräfte

Zielgruppe: Projektleiter, Geschäftsführer und Führungskräfte aus Vertrieb, Marketing, Controlling, Informationstechnik, Projektmanager.

Seminarziele: Was sich hinter Customer Relationship Management verbirgt, ist in weiten Teilen noch Philosophie und unklar definiert. Zwar bietet der IT-Markt in der Zwischenzeit interessante Produkte, doch decken diese nur Teilgebiete von CRM ab. Die Implementierung von ganzheitlichem CRM erfordert daher eine komplexe Architektur mit mehreren Komponenten und deren Integration in die vorhandene Architektur. Nach diesem Seminar wissen Sie, was IT-gestütztes CRM ist, was es auf dem Markt gibt und wie Sie CRM implementieren, um damit eine ganzheitliche Wertschöpfung zu erzielen.

Seminarinhalte:

- Ausgangsbasis, Änderungsbedarf und Zielsetzung
- Philosophie des Kundenbeziehungs-Managements
- CRM-
 - operativ,
 - analytisch,
 - kollaborativ
- Markt und Trends für IT-gestütztes CRM •
- CRM-Systeme und Anwendungsstruktur:
- Projektierung:
 - Teams und involvierte Bereiche
 - Projektstruktur und Know-how-Bedarf
 - Chancen und Risiken
 - Möglichkeiten und Grenzen
- Return-of-Investment (ROI) von CRM

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Database Marketing Grundlagenseminar

Zielgruppe: Führungskräfte aus Marketing und IT, Marketingmitarbeiter

Seminarziel: Im Seminar lernen Sie die Grundlagen des Database Marketing und ihre Umsetzungen im Unternehmen kennen

Seminarinhalt:

- Einführung und Definition Database Marketing
- Anwendungsgebiete
- Marketing Datenbank: Aufbau und Pflege
- Analyseverfahren
 - Zur Kundensegmentation
 - Zur Kundenbewertung (Scoring)
 - Zur Erfolgsmessung und Reporting
- Beispiele:

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Kampagnen-Management für KMU's

Zielgruppe: Geschäftsführer und Führungskräfte von KMU's

Seminarziele: Die Teilnehmer lernen die wesentlichen Prinzipien des Kampagnen-Managements und des Direktmarketings kennen. Nach dem Seminar können die Teilnehmer einschätzen, in welchen Bereich sich Direktmarketing im eigenen Unternehmen gewinnbringend einsetzen lässt.

Seminarinhalte:

- Einordnung Direktmarketing im Marketing-Mix
- Definition Kampagnen-Management
- Kommunikationskanäle im Kampagnen;Management
- Definition des Direktmarketing
- Typische Anwendungsgebiete des Direktmarketing
- Adress- und Kundendaten
 - intern und extern
 - Adressqualität
 - Dublettenerkennung und Priorisierung
- Kundensegmentation und Adressauswahl
 - Individuelle Ansprache für differenzierte Zielgruppen
 - Segmentierungsdimensionen: Produkte, Kanäle, Kundenwerte, u.a.
 - Interne und externe Daten als Segmentierungsbasis
- Verfahren zur Kundensegmentierung
- Aufbau eines Direktmarketingbriefes im Allgemeinen
- Werbeerfolgskontrolle
 - bei internen Adressen
 - bei externen Adressen
- Praxisbeispiele

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Marketing Automation

Zielgruppe: Geschäftsführer und Führungskräfte besonders aus den Bereichen Marketing, Vertrieb und IT.

Seminarziele: Die Teilnehmer lernen die wesentlichen Prinzipien der Marketing Automation und ihre besondere Anwendung im Database Marketing kennen. Nach dem Seminar können die Teilnehmer einschätzen, in welchen Bereich sich Marketing Automation im eigenen Unternehmen gewinnbringend einsetzen lässt.

Seminarinhalte:

- Einordnung im Marketing-Mix
- Definitionen
 - Database Marketing
 - Customer Relationship Management
 - Kampagnenmanagement
 - Direktmarketing
- Kommunikationskanäle im Kampagnenmanagement
- Prozesse in Marketing und Vertrieb
- Daten- und Informationsgetriebene Prozesse in Bezug zum Kunden
- Adress- und Kundendaten
 - intern und extern
 - Adressqualität
 - Dublettenerkennung und Priorisierung
- Kundensegmentation und Adressauswahl
 - Individuelle Ansprache für differenzierte Zielgruppen
 - Segmentierungsdimensionen: Produkte, Kanäle, Kundenwerte, u.a.
 - Interne und externe Daten als Segmentierungsbasis
- Verfahren zur Kundensegmentierung
- Durchführung der Kampagnen / Marketing Aktivitäten
- Werbeerfolgskontrolle
 - bei internen Adressen
 - bei externen Adressen
- Praxisbeispiele

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Datenqualität und Datenaufbereitung in CRM-Projekten

Zielgruppe: Führungskräfte und Mitarbeiter besonders aus den Bereichen Marketing, Vertrieb und IT.

Seminarziele: Die Teilnehmer lernen, welchen Beitrag die Daten und ihre Repräsentation zur erfolgreichen Einführung und gewinnbringenden Anwendung des CRM im Unternehmen leisten. Nach dem Seminar können die Teilnehmer einschätzen, welche Daten in ihrem Unternehmen zur Verfügung stehen und wie man deren Qualität steigern kann..

Seminarinhalte:

- Definitionen
 - Database Marketing
 - Customer Relationship Management
 - Kampagnenmanagement
 - Direktmarketing
- Prozesse in Marketing und Vertrieb
- Daten- und Information getriebene Prozesse im Bezug zum Kunden
- Adress- und Kundendaten
 - Datenquellen
 - intern verfügbare Informationen
 - extern verfügbare Informationen
 - Datenqualität
 - Adressen
 - Verhaltensdaten
 - Daten zur Person
 - Datenbereinigungen
 - Dublettenerkennung
 - Priorisierung
 - Konsolidierung
 - Datenveredelung
 - Datenanreicherungen
- Praxisbeispiele

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Business Intelligence

Business Intelligence, Data Mining, OLAP, Datawarehouseing und analytisches CRM: Eine Führung durch den „Irrgarten“

Zielgruppe: alle Entscheider, die vor der Frage stehen: Was kann ich aus meinen Unternehmensdaten lernen und welche Techniken und Methoden werden dafür benötigt?

Seminarziel: Die Teilnehmer erhalten einen fundierten Überblick über die einzelnen Bereiche sowie ihre Angrenzung zueinander. Dieses Seminar gibt den Teilnehmern eine Grundlage, auf der Sie entscheiden können, ob und welche der genannten Technologien für ihr Unternehmen einsetzbar sind.

Seminarinhalt:

- Einordnung, Definition und Abgrenzungen der oben genannten Themen.
- Methoden und Vorgehensweisen mit Anwendungsbeispielen
- Betrachtungen zum Return-on-Investment

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag und Beispiele

Seminarbeschreibung

Einführung in Business Intelligence (BI)

Zielgruppe: Entscheider und Mitarbeiter, die das Thema Business Intelligence in ihren Unternehmen hauptsächlich vorantreiben.

Seminarziel: Die Teilnehmer erhalten einen fundierten Überblick über die einzelnen Bereiche sowie ihre Angrenzung zueinander. Dieses Seminar gibt den Teilnehmern eine Grundlage, auf der Sie entscheiden können, ob und welche der genannten Technologien für ihr Unternehmen einsetzbar sind.

Seminarinhalt:

- Geschäftsprozesse, die Business Intelligence als Unterstützung benötigen
- Definition und Einordnung von Business Intelligence
- Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses von Begriffen und Methoden aus dem Randbereich von Business Intelligence
- Data Warehouse als konsistente Datenquelle für BI
 - Definition und Unterschiede zu ERP-Systemen (Enterprise Resource Planning)
 - Anwendungsgebiete und möglicher Return on Investments (ROI)
 - notwendige ETL-Prozesse
 - Verwendung von Data Marts für unterschiedliche BI-Fragestellungen
 - Welchen Einfluss haben Datentransformationen und Manipulationen auf BI
- OLAP Online Analytical Processing
 - Definition und OLAP-Regeln
 - Anwendungsgebiete und möglicher Return on Investments (ROI)
 - Informationswege
 - Reporting und Effektivitätsmessungen
 - Kennzahlen und Dimensionen
- Data Mining
 - Definition und Einordnung
 - Anwendungsgebiete und möglicher Return on Investments (ROI)
 - Methoden und ihre typischen Anwendungen
 - Methoden und ihre Anforderungen an die Datenaufbereitung der Data Mining Prozesse
- Typische und notwendige Schritte in Business Intelligence Projekten
 - Strategische Vorgaben in Projektziele und Projektstrukturen umsetzen
 - Projektteam und die Einbindung der Fachabteilungen
 - Machbarkeitsstudien
 - Chance- und Risiko-Einschätzung, Ermitteln der kritischen Erfolgsfaktoren
 - Projektcontrolling
 - 12 Schritte zum erfolgreichen Abschluss eines Business Intelligence Projektes
- Beispiele aus der Praxis

Umfang: 2 Tage (in Abhängigkeit, ob Gruppenarbeit eingesetzt wird)

Vermittlungsmethode: Vortrag und Beispiele

Seminarbeschreibung

Grundlagen Data Mining

Zielgruppe: Entscheider, die vor der Frage stehen: Wie kann ich meine Unternehmensdaten analysieren, um wertvolle Rückschlüsse aus diesen Informationen für die Kundensegmentierung und -Ansprache zu ziehen?

Seminarziel: Das Seminar gibt einen allgemeinen Überblick über den State-of-the-Art von Data Mining Techniken und ihre Anwendungen im CRM. Nach dem Seminar kann der Teilnehmer grundsätzlich beurteilen, welche Vorgehensweise und Methoden notwendig sind, um auf analytischem Weg z.B. die Streuverluste in der Kundenansprache zu minimieren.

Seminarinhalt:

- Definitionen und Einordnung
- Der Data Mining Prozess
- Überblick über Data Mining Methoden und die Anwendung im CRM
- Data Mining im Closed loop CRM
- Datenqualität und Datenaggregation

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag und Beispiele

Seminarbeschreibung

ETL-Prozesse in Datawarehouse Projekten

Zielgruppe: Führungskräfte und Mitarbeiter besonders aus den Fachabteilungen und IT.

Seminarziele: Die Teilnehmer lernen, welchen Beitrag die Daten und ihre Repräsentation zur erfolgreichen Einführung und gewinnbringenden Anwendung des Data Warehouse im Unternehmen leisten. Nach dem Seminar können die Teilnehmer einschätzen, welche Daten in ihren Unternehmen zur Verfügung steht und wie man deren Qualität steigern kann..

Seminarinhalte:

- Definitionen
 - Data Warehouse
 - Data Mining
 - OLAP
 - ETL-Prozesse
- Daten- und Informationsgetriebe Prozesse im Unternehmen
- Datenquellen
 - intern verfügbare Informationen
 - extern verfügbare Informationen
- Datenqualität
 - Adressen
 - Verhaltensdaten
 - Daten zur Person
- Datenbereinigungen
 - Dublettenerkennung
 - Priorisierung
 - Konsolidierung
- Datenveredelung
- Datenanreicherungen
- Typische Datenaufbereitungen für Data Mining
- Typische Datenaufbereitungen für OLAP
-
- Praxisbeispiele

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Data Mining im Bereich Qualitätssicherung und Materialprüfung

Zielgruppe: IT- Leiter und Qualitätsmanager, Mitarbeiter, die mit den Themen Analysen, Materialprüfung und Qualitätsmanagement betraut sind..

Seminarziel: Durch neue Messmethoden stehen die Bereiche Qualitätssicherung und Materialprüfung heute vor dem Problem der Mustererkennung in Massendaten. Die Teilnehmer lernen, wie Sie mit Hilfe von Data Mining Methoden neue Erkenntnisse und Zusammenhänge aus diesen Daten ermitteln können.

Seminarinhalt:

- Definitionen und Einordnung
- Der Data Mining Prozess
- Überblick über Data Mining Methoden in typischen Anwendungen der Qualitätssicherung und Materialprüfung
- Data Mining in Expertensystemen
- Datenqualität und Datenaggregation

Umfang: 0,5 bis 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag und Beispiele

Seminarbeschreibung

OLAP Online Analytical Processing

Zielgruppe: Führungskräfte und Mitarbeiter aus Marketing, Controlling und IT

Seminarziel: Nach dem Seminar wissen Sie, wo und wie Sie ein OLAP System im Unternehmen einsetzen können, Sie lernen die wesentlichen Schritte zum Aufbau eines solchen Systems kennen.

Seminarinhalt:

- OLAP, ROLAP, MOLAP Definitionen
- OLAP-Regeln
- Anwendungsgebiete und mögliche Return on Investments (ROI)
- Informationswege
- Reporting und Effektivitätsmessungen
- Kennzahlen und Dimensionen des modernen Berichtswesens
- Werbeerfolgskontrollen
- Stufenplan zur Einführung eines modernen Berichtswesen
- Beispiele: Auswirkung der verschiedenen Verfahren anhand von gleichen Stammdaten

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Data Warehousing

Zielgruppe: Führungskräfte und Mitarbeiter aus Marketing, Controlling und IT

Seminarziel: Nach dem Seminar wissen Sie, wo und wie Sie ein Data Warehouse im Unternehmen einsetzen können, Sie lernen die wesentlichen Schritte zum Aufbau eines solchen Systems kennen.

Seminarinhalt:

- Data Warehouse als konsistente Datenquelle im Unternehmen
 - Definition und Unterschiede zu ERP (Enterprise Resource Planning)-Systemen
 - Anwendungsgebiete und mögliche Return on Investments (ROI)
 - notwendige ETL-Prozesse
 - Verwendung von Data Marts für unterschiedliche Fragestellungen
 - Welchen Einfluss haben Datentransformationen und Manipulationen auf BI
- Typische und notwendige Schritte in Data Warehouse- Projekten
 - Strategische Vorgaben in Projektziele und Projektstrukturen umsetzen
 - Projektteam und die Einbindung der Fachabteilungen
 - Machbarkeitsstudien
 - Chance- und Risiko-Einschätzung, Ermitteln der kritischen Erfolgsfaktoren
 - Projektcontrolling
 - 12 Schritte zum erfolgreichen Abschluss eines Data Warehouse Projektes

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Aufbau einer Marketing Datenbank (Workshop)

Zielgruppe: Entscheider und Mitarbeiter aus Marketing und Controlling

Seminarziel: Die Teilnehmer sollen mit Hilfe des ausgearbeiteten Stufenplan in der Lage sein, die Einführung von (Database) Marketing Datenbanken oder Data Warehouse in Ihrem Unternehmen als Fachabteilung zu begleiten.

Seminarinhalt:

Der Workshop hat die Form eines 5 + 5 Schrittplanes. Jeder Schritt wird ausführlich besprochen.

1. Schritt: Warum / Wofür braucht mein Unternehmen eine Database?
2. Schritt: Welche Wege / Methoden / Daten werden heute benutzt, um die Aufgaben zu bewältigen.
3. Schritt: Welche positiven Seiten hat Schritt 2 ?
Welche negativen Seiten hat Schritt 2?
4. Schritt: Worin besteht der Vorteil von Schritt 1 im Verhältnis zu Schritt 2?
Worin besteht der Nachteil von Schritt 1 im Verhältnis zu Schritt 2?
5. Schritt: Brauche ich eine Database? Wie berechne ich den ROI einer Database?
6. Schritt: Aufbau einer Database
 - 6.1. Installation eines Projektteams; Auswahl der richtigen externen Partner; Erarbeiten eines Projektplanes
 - 6.2. Analyse der Geschäftsprozesse
 - 6.3. Definition der Zielarchitektur
 - 6.4. Analyse der Ist Daten, Definition der Datenqualität, Entwicklung des logischen Datenmodels, Definition der Schnittstellen zu den Anwendungsprogrammen
 - 6.5. Implementierung des Modells, Laden der Daten, Testen und Inbetriebnahme der Datenbank

Umfang: 2 Tage

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Anforderungsmanagement

Einführung ins Anforderungsmanagement

Zielgruppe: Projektleiter, Koordinatoren, Mitarbeiter, die Projekte in Auftrag geben

Seminarziel: Am Ende des Seminars kennen die Teilnehmer die wesentlichen Techniken und Prozesse, um in der Anfangsphase eines Projekts Anforderungen möglichst umfassend und präzise zu erarbeiten und zu bewerten, damit das Projektrisiko deutlich sinkt.

Seminarinhalt:

- Motivation und Grundbegriffe des Anforderungsmanagements:
 - Definition
 - Ziele
 - Rollen und Aufgaben
 - Normen und Standards
 - Abgrenzung zu Projektmanagement und Qualitätsmanagement
- Methoden:
 - Techniken des Anforderungsmanagement (Erhebungstechniken wie Interview, Kommunikationstechniken, Spezifikation, Prototyping, Dokumentation)
 - Inhalte der Anforderungsdokumentation
 - Benutzer- und Prozessorientierung
 - Änderungsmanagement
- Prozess:
 - Situationsbeschreibung - Projektumfeld, Projektziel und Projektauftrag
 - Anforderungsermittlung - u.a. Betroffene und deren Anforderungen herausarbeiten und dokumentieren
 - Bewertung, Test und Abnahme
 - Umgang mit Konflikten
 - Verfolgung von Anforderungen und Änderungen
 - Change Request Management
 - Risikomanagement
- Kosten-/Nutzenbetrachtung:
 - notwendige Investitionen
 - Nutzen und ROI des Projektes
 - messbarer direkter Nutzen im Unternehmen
 - indirekter Nutzen im Unternehmen

Umfang: 2 Tage

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Spezialworkshop: Kommunikationstechniken im Anforderungsmanagement

Zielgruppe: Projektleiter und Projektmitarbeiter die Anforderungsmanagement im Unternehmen anwenden

Seminarziel: Nachdem Workshop kennen Sie die wesentlichen Kommunikationstechniken, um Ihre Anforderungsinterview und Workshops effektive und erfolgreich durchführen zu können

Seminarinhalt:

- Grundlagen des Anforderungsmanagement
- Grundlagen der Kommunikation
- Mittel zur Anforderungsklä rung
 - Workshops
 - Einzelinterviews
 - Gruppeninterviews
 - Einsatz von Checklisten

Umfang: 2 Tage

Vermittlungsmethode: Vortrag, Gruppenarbeit und Rollenspiel

Virtuelle Unternehmen

Virtuelle Unternehmen, Chancen und Risiken

Zielgruppe: Menschen, die neue Herausforderungen suchen. Unternehmer, Freiberufler und Existenzgründer

Seminarziel: Ergänzend zu den heute real existierenden Unternehmensformen lernen die Teilnehmer, welche Möglichkeiten ihnen ein virtuelles Unternehmenskonstruktionen bieten, um ein Beratungs- oder Berufnetzwerk zu installieren. Welche Voraussetzungen sollten erfüllt sein, welche Anforderungen sollten die Partner erfüllen.

Seminarinhalt:

- Die „Ich AG“ : Zukünftig ein Unternehmer oder als Tagelöhner im Internet unterwegs
 - Ausprägung
 - Chancen und Risiken
- Die „Future AG“
 - Ausprägung
 - Chancen und Risiken
- Netzwerke – Organisation der Arbeit von Morgen :
 - Ausprägung
 - Chancen und Risiken
- Emotionale Leistungsfähigkeit : Sind wir der neuen Gestaltungsmöglichkeiten mit ihren Fallstricken gewachsen
- Abhängigkeit und Unabhängigkeit: Sind wir wirklich Herr unsere selbst
- Arbeitsumgebungen der Zukunft: Kooperative Gebäude und unsichtbare Computer
- Live Long Learning – Überleben im Wettbewerb der Wissensgesellschaft

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Gruppenarbeit und Diskussion

Seminarbeschreibung

Wie baue ich ein Netzwerk auf?

Zielgruppe: Freiberufler und Geschäftsleitung von KMU's

Seminarziel: Die Teilnehmer lernen die wesentlichen Erfolgsfaktoren und Fallstricke beim Aufbau von Netzwerken.

Seminarinhalt:

- Ausprägung und Arten von Netzwerken
- Ziele, die durch das Netzwerk erreicht werden sollen
- Chancen und Risiken
- Beteiligte und Ihr Rollenverständnis
- Ein Überblick über die gängigen Rechtsformen
- Hilfestellungen zu Abrechnungssystem
- Hilfestellungen zum Netzwerk interne Wissensmanagement
- Überblick über die notwendigen Arbeitsmittel
- Arbeitsumgebungen der Zukunft: Kooperative Gebäude und unsichtbare Computer

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Gruppenarbeit und Diskussion

Seminarbeschreibung

Wie Berater / Wissensarbeiter ihr intellektuelles Kapital optimal nutzen

Zielgruppe: Freiberufler und andere Wissensarbeiter

Seminarziele: Wissensexpllosion, verkürzte Halbwertzeiten von Wissen und die zunehmende Wissensintensität von Produkten und Unternehmensprozesse stellen eine ungeheure Herausforderung für den professionellen Umgang mit dieser erfolgsentscheidenden Ressource dar.

Wissensmanagement ist eine Herausforderung für alle Wissensarbeiter, die im Umfeld sich verändernder Wirtschaftssysteme überleben und ihre Wettbewerbssituation ausbauen wollen.

Das Seminar gibt einen Überblick über die wesentlichen Bausteine des Wissensmanagement. Es beleuchtet die erfolgskritischen Faktoren und zeigt Wege auf, wie Sie den richtigen Einstieg ins Wissensmanagement finden.

Seminarinhalt:

- Was ist Wissensmanagement ? Wozu brauchen wir Wissensmanagement ? Was sind die kritischen Erfolgsfaktoren ?
- Wissensbasis des Unternehmens : Mitarbeiter, Kernkompetenzen, Patente, Unternehmensgeschichte, interne und externe Wissensnetze, Wissen der Stakeholder, Wissensdatenbanken
- Prozesse des Wissensmanagement : Wissensziele definieren, Wissen identifizieren, Wissen erwerben, Wissen entwickeln, Wissens verteilen, Wissen nutzen, Wissens bewahren, Wissen bewerten
- Wissensmanagement und Informationsmanagement : technologische Basis, Systeme für CSCW, Entscheidungsunterstützungs-Systeme, Portalsysteme
- Beispiele für Wissensmanagement für Wissensarbeiter und ihre Netzwerke

Umfang: 2 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Gruppenarbeit und Diskussion

Seminarbeschreibung

Wissensmanagement

Grundlagen des Wissensmanagement

Zielgruppe: Führungskräfte

Seminarziel: Nach dem Besuch des Seminars haben Sie einen Überblick über die wesentlichen Bausteine des Wissensmanagement. Sie kennen die kritischen Erfolgsfaktoren und haben eine Vorstellung davon, wie Sie den richtigen Einstieg ins Wissensmanagement finden.

Seminarinhalt:

- Definitionen und Einordnung
- Wissensmanagement im Unternehmen
- Prozesse des Wissensmanagement
- Erfolgsfaktoren im Wissensmanagement
- Kosten/Nutzen von Wissensmanagement
- Wissensmanagement technische Lösungen
 - Skilldatenbanken
 - Wissensmanagement Software
- Beispiele

Umfang: 3 Tage

Vermittlungsmethode: Vortrag, Beispiele und Gruppenarbeit

Seminarbeschreibung

Skilldatenbanken: Traum oder Wirklichkeit

Zielgruppe: Führungskräfte, Mitarbeiter aus Personal- und IT-Abteilungen

Seminarziel: Nach dem Seminar kennen Sie die wesentlichen Schritte und Aspekte, die beim Aufbau von Skilldatenbanken zu beachten sind

Seminarinhalt:

- Definition und Einordnung
- Anwendungsgebiete
- Nutzer der Skilldatenbanken
- Inhalte und Strukturen
- Kosten/Nutzen Betrachtung
- Risikobetrachtung
- Daten- und Persönlichkeitsschutz
- Erfolgsfaktoren
- Beispiele

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag und Beispiele

Seminarbeschreibung

Human Resources Management

Exzellente Rhetorik und Führung

Zielgruppe: Führungskräfte, Dozenten/ Berater

Seminarziel: Nach dem Besuch des Seminars wissen Sie um die rhetorische Methoden zum Einsatz vor Gruppen mittlerer Größe, persönliche Kompetenzen in vielfältigen Situationen mit Mitarbeitern bzw. Kunden sowie verschiedene Führungsstile und können diese auch einsetzen.

Seminarinhalt:

- Die Kunst der Rhetorik und Kinesik – Sprechtechnik und Wirkung
- Übungen zur Sprechtechnik und Lampenfieber
- Psychologische Erklärungsmuster nach der Transaktionsanalyse
- Einzelreden in Übungen mit Videofeedback
- Führungsverhalten und Konfliktmanagement: Rollenspiele
- Vier Botschaften einer Nachricht
- Übungen zur Körpersprache
- Gesprächsführung: Die fünf Schritte zum Erfolg

Umfang: 3 Tage

Vermittlungsmethode: Lehrgespräch, Einzelarbeit, Checklisten, Übungen mit Video.

Seminarbeschreibung

Führung in der Praxis- die Beratermethode

Zielgruppe: Mittleres Management, Personalentwickler

Seminarziel: In diesem Tagesseminar haben Sie die Chance, ein wesentliches Kernelement aus der Reihe der Managementtrainings zu erleben. Bereits an einem einzigen Tag werden Lösungen für 6 unterschiedliche Fälle aus der Führungspraxis erarbeitet. Die Methode des Beratungs-Settings werden Sie zum Einsatz an Ihrem Arbeitsplatz erlernen, unabhängig davon, ob Sie einen aktuellen Fall zur Verfügung stellen.

Seminarinhalt:

- Skizze und Analyse aktuell arbeitender Teams/Abteilungen;
- Input/ Abfrage/ Lösungen nach der Harvard-Methode;
- Erweiterung eigener Lösungskompetenzen durch Teamwork;
- Beratungs-Setting als Methode;
- Coaching als Führungsinstrument;
- Aktionspläne für die eigene Führungspraxis.

Umfang: 1 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Lehrgespräche, Übungen, Checklisten

Seminarbeschreibung

Zeitmanagement und Streßbewältigung

Zielgruppe: Führungskräfte, Mittleres Management, Nachwuchsführungskräfte

Seminarziel: Nach dem Seminar kennen Sie die Grundlagen für ein effizientes Zeitmanagement und lernen Sie einzusetzen um eigene Stärken und Schwächen in der Zeitverwaltung zu erkennen, und Wege sowie Mittel zur Selbstmotivation und Zeitgewinnung für die tägliche Arbeitsorganisation zu finden und zu planen

Seminarinhalt:

- Grundregeln im Zeitmanagement
- Zeitdiebe/ Zeitverluste/ Störungen
- Konzentration der Ressourcen - nach Pareto-Prinzip
- Zeitmanagement und Motivation
- Zeitpläne / Übungen / Analysen
- Eustreß – Distreß
- Ziele – Erfolge
- Transfer in persönliche Aktionspläne

Umfang: 2 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Lehrgespräche, Übungen, Checklisten

Seminarbeschreibung

Teamentwicklung

Zielgruppe: Führungskräfte, Mittleres Management, Nachwuchsführungskräfte, Personalentwickler

Seminarziel: Nach dem Seminar kennen Sie die Grundlagen für die Analyse der strukturelle und organisatorische Voraussetzungen. Sie wissen wie man Teamanalysen (Stärken- Schwächenanalysen) von aktuell arbeitenden Projektteams erstellt, und können durch die Nutzung von neuen, kreativen Arbeitstechniken zur Teamentwicklung beitragen und die Einführung motivierender Elemente in bestehende Teams planen

Seminarinhalt:

- Strukturelle und organisatorische Voraussetzungen
- Teamanalysen und Analysen der Potentiale Einzelner im Team
- Phasen der Teamentwicklung
- kreative Methoden und Modelle zur optimalen Organisation von Teamarbeit
- Verbesserung der Beziehungsstrukturen und Kommunikationsabläufe
- Einsatz persönlicher Stärken bei zukünftiger Teamarbeit
- Programmierung der Teammitglieder auf Erfolg
- Aktionsplan für die Einführung motivierender Elemente in bestehende Teams.

Umfang: 2 Tag

Vermittlungsmethode: Vortrag, Lehrgespräche, Übungen, Rollenspiele, Checklisten