

# Unternehmerisch denken und handeln – Grundlagen Kompaktkurs

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

*Stephen Hawking*



## 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.

## Lernservice:

Zum Seminar gehören ein umfangreiches, farbiges Handout sowie ein persönliches Kreativitätstagebuch als Transferhilfe. Alle im Seminar entstehenden Unterlagen (Copyboardtafel,

Flip-Chart etc.) 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. Alle Materialien sind vor Ort.

**Dozent:** Anna Hoffmann oder Henry Schirmer

**Gruppengröße:** 3-8 TeilnehmerInnen

**Dauer:** 3 Tage, jeweils 9.00 bis 17.00 Uhr

**Kosten:** 1950,- € inkl. 19% Mehrwertsteuer (1638,65 € netto)

**Mögliche Förderung von bis zu 70% der Kosten über den Bildungschek Brandenburg**



#### 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

## 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
- Verhandeln in Verkaufssituationen
- Zielgruppengerechte Kundenansprache
- Selbsttest Verkaufskommunikation
- 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
- Ausreichende Beachtung der Kundensicht
- Leitfragen der Marktforschung definieren können
- Geeignete Vertriebskanäle für konkrete Fallbeispiele identifizieren und bewerten



## Vermittelte Methodenkompetenzen:

- Grundfragen des Businessplans
- Stärken/Schwächen – Analyse
- Chancen/Risiken – Analyse
- Kundennutzenanalyse
- USP und Alleinstellungsmerkmal
- Reflexion: Was macht eine Marke aus?
- Zielgruppendefinition mit der Umkehrmethode
- Grundlagen der unternehmerischen Kalkulation
- Produktdefinition – die Angebotsseite im Fokus
- Verkaufsargumente anhand des USPs definieren
- 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
- Präsentation des eigenen Unternehmens
- Ideenentwicklung zur Kostenreduktion
- Ideenentwicklung zur Wertsteigerung
- Ideenentwicklung zur Ausweitung der Marktanteile
- Kommunikationsregeln und Körpersprache in Verhandlungssituationen