



B

BUSINESS-KLASSE 2012 / 2013

WIFI MANAGEMENT FORUM
WERT ZU WISSEN



B BUSINESS-KLASSE

M MANAGEMENT-WERKSTATT

Business-Klasse

Innovationen, für Sie gemacht: Unser neues Informationskonzept

Das WIFI Management Forum hat – anstelle des Jahresprogramms – ein völlig neues Informationskonzept entwickelt. Gemäß dem Motto „Jeder Zielgruppe ihr individuelles Weiterbildungsangebot“ beinhaltet das Gesamtpaket erstmals eine **Premium-Linie: die Business-Klasse.**

Einsteigen in die Business-Klasse: Unser Premium-Angebot für das Top-Management

Unternehmer/-innen, Geschäftsführer/-innen, ergebnisverantwortliche Bereichs- und Abteilungsleiter/-innen in Konzernen stehen immer wieder vor neuen Herausforderungen. Die Qualität der Bewältigung dieser großen Themen im Geschäftsleben wirkt sich maßgeblich auf den Unternehmenserfolg aus. Die Dynamik des Wirtschaftslebens lässt aber keine Zeit, lange untätig zu bleiben: Probleme wollen rasch gelöst, Entscheidungen schnell getroffen werden.

Das Angebot des WIFI Management Forums in der Business-Klasse basiert auf einem Lernmodell mit höchstem praktischem Nutzen. Ziel dieses Formates ist es, Top-Managern/-innen **schnell erstklassige Lösungen und Tools** bereitzustellen, mit denen die großen Themen im Geschäftsleben bewältigt werden können. Die eintägigen Intensivworkshops konzentrieren sich auf zwei wichtige Bereiche – **Einkaufs- und Vertriebsmanagement sowie Strategie im Fokus.**



Mag. Sandra Prandtner,
Leitung WIFI Management Forum
„Für die großen Themen im Geschäftsleben brauchen Top-Manager/-innen rasch erstklassige Lösungen und Tools, die sie umgehend umsetzen können. Mit der Business-Klasse haben wir erstmals eine Premium-Linie in unserem Weiterbildungsangebot, in der wir hochwertige Management- und Berater-Tools zu Verfügung stellen.“

Die Prinzipien:

- Schaffung eines einzigartigen Angebots mit höchstem praktischem Nutzen für die Teilnehmer/-innen und deren Unternehmen
- Intensivworkshops: maximal 1 Tag
- Hinführung zum Kernthema anhand von Praxisbeispielen
- Learnings aus Fallbeispielen sowie erstklassige Berater/-innen-Inputs
- QuickCheck der Problemlösungsthemen der Teilnehmer/-innen inklusive Erarbeitung konkreter Lösungsansätze
- Zugang zu hochwertigen Management- und Berater-Tools
- Benchlearning und Netzwerken auf hohem Niveau
- Transfersicherung und sofortige Anwendbarkeit im Alltag
- Individuelles Transfercoaching auf Anfrage

Business-Klasse

Mehr Wissen für alle Führungskräfte – in einem innovativen Weiterbildungspaket

Das neue Informationspaket des WIFI Management Forums beinhaltet vier weitere Produktkataloge, die unterschiedliche Weiterbildungsbedürfnisse abdecken:

Management-Werkstatt

Vom 3-Tage-Seminar für Nachwuchsführungskräfte über Praxisseminare, wo Führungskräfte Kompetenz für Kompetenz mit Management-Tools ausgestattet werden bis hin zu Master-Programmen auf höchstem akademischem Niveau, lernen Teilnehmer/-innen das Handwerk erfolgreicher Führung.



Wiener Börse Akademie

In Kooperation mit der Wiener Börse AG präsentiert das WIFI Management Forum Seminare und Lehrgänge für jene, die sich beruflich auf einen sicheren Auftritt im Bereich Börse und Kapitalmärkte vorbereiten und qualifizieren wollen. Auch Privatinvestoren/-innen profitieren vom vermittelten Börsenwissen.

wiener**borse**.at



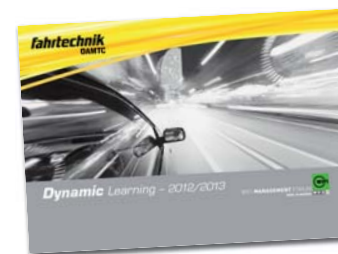
Kongresse & Impulse

Meet the Experts! Niemand weiß es besser als die Experten/-innen. Diese Wissensquelle ist Inhalt dieses Katalogs – mit Fachkongressen zu betriebswirtschaftlichen Aspekten und Impulsveranstaltungen zu Management-Themen. Hochkarätige Kooperationspartner garantieren die Qualität dieser Fachveranstaltungen. Diese zeichnen sich durch einzigartige Formate, herausragende Referenten/-innen und durch die Begeisterung der Teilnehmer/-innen aus.



Dynamic Learning

Veranstaltungen in Zusammenarbeit mit der ÖAMTC Fahrtechnik GmbH, die auf einer völlig neuen Methode des Erlebnislernens mit maximalem Wissenstransfer aufbauen, sind unter dem Titel „Dynamic Learning“ zusammengefasst. Dabei werden – je nach Zielsetzung des Seminars – entsprechende Fahrtechnik-Module absolviert. Durch die Analyse des Verhaltens der Teilnehmer/-innen beim Autofahren lassen sich Schlüsse auf den Management-Alltag ziehen.



Lust auf mehr Wissen? Wir sind für Sie da!

Für Fragen zu Inhalt und Organisation unserer Weiterbildungsangebote kontaktieren Sie bitte unser Teilnehmerservice:



Kristina Pejic
Teilnehmerservice
T: 01/476 77-DW 5231
pejic@wifwien.at

Fordern Sie unsere Kataloge an:



Lisa Schimanko, MA
Marketing
T: 01/476 77-DW 5236
schimanko@wifwien.at

Veranstaltungsort:
WiFi Management Forum
 wko campus wien
 Währinger Gürtel 97
 1180 Wien



Kontakt:
WiFi Management Forum
 TELEFON: 01 476 77-5231
 FAX: 01 476 77-95231
 eMAIL: managementforum@wifiwien.at
 INTERNET: www.wifi.at/managementforum



Information

Vorwort	1
Einkaufs- und Vertriebsmanagement	4–8
Strategie im Fokus	9–25
Trainerteam WiFi Management Forum	26
Anmeldung	27
Allgemeine Geschäftsbedingungen	28
Impressum	29

Einkaufs- und Vertriebsmanagement

Vertriebsplanung: Von der Pflicht zur Kür	4
Gezielt die Produktivität des Vertriebsteams erhöhen	5
Neue Kunden zu gewinnen ist keine Hexerei!	5
Bestandskunden effektiv und profitabel entwickeln!	6
So bringt Ihr Vertriebsteam bessere Preise durch	6
Die 8 Werthebel im Einkauf	7
Vom Preisoptimierer zum strategischen Einkäufer	7
Von der Lieferantenbewertung zur strategischen Lieferanten- und Partnerentwicklung	8
Kunden führen und verführen	8

Strategie im Fokus

Fremde Märkte erobern!	10
Markenaufbau & Markenkommunikation – keine Frage des Budgets!	11
Passt Ihre Unternehmensstrategie noch zum Markt- und Wettbewerbsumfeld?	12
Simplicity – Strategien für einfache Produkte, Dienstleistungen und Prozesse	13
Die Organisation neuen Entwicklungen anpassen – Change with a Smile	14
Design of Vision – zukunftsfähige Businessinnovationen	15
Erfolgreiche Unternehmen steuern ihre Kosten aktiv	16
Schluss mit Geldverschenken!	17
Risiken managen – Rating verbessern	18
Vertriebskrisen und Ergebniseinbrüche meistern	19
Corporate Responsibility im beruflichen Alltag	20
Krisenkommunikation und interne Kommunikation als strategischer Faktor	21
Erfolgsfaktor Vertrauen – Ihr Weg zum Great Place to Work®	22
HR-Management: Das Unternehmen über die Mitarbeiter führen	23
Gehälter managen – erfolgreiche Beziehungen zu Mitarbeitern gestalten	24
Seminarreihe „Komplett Digital“ 	25

Einkaufs- und Vertriebsmanagement

Diese Angebotsgruppe in der Business-Klasse widmet sich dem Einkauf und Vertrieb. Die Erfolgsfaktoren im Unternehmen schlechthin verdienen eine ganz spezielle Aufmerksamkeit. Das WIFI Management Forum wird dieser Priorität mit einer breiten Palette an Themen gerecht – von wissenschaftlichen Erkenntnissen aus der Hirnforschung, die für den Verkauf genutzt werden, über Neukundengewinnung und Produktivitätssteigerung des Vertriebsteams bis hin zur strategischen Lieferanten- und Partnerentwicklung.

Hauptverantwortlich für den hohen Praxisbezug der Veranstaltungen ist unser auf B2B-Vertrieb spezialisierter **Kooperationspartner, die beyrer consulting group**. Harald Beyrer als Eigentümer der international agierenden Unternehmensberatung ist seit 17 Jahren mit seinen **Vertriebs- und Einkaufsspezialisten** höchst erfolgreich im Einsatz, um die Produktivität und Profitabilität von Vertriebs- und Einkaufsteams zu stärken. In seinen Exklusiv-Seminaren für das WIFI Management Forum vermittelt er hochkarätiges und sofort anwendbares Berater-Know-how für Ihren Manager-Alltag.

Daher werden in einigen ausgewählten Seminaren Teilnehmer/-innen **spezielle Beratertools** zur Verfügung gestellt und die Seminare beinhalten **aufwendige Checks im Vorfeld inkl. Auswertung und Handlungsempfehlungen**.



Bei inhaltlichen Fragen kontaktieren Sie bitte:
Mag. Alexandra Konrad
 Produktmanagerin
 T: 01/476 77-DW 5234
 konrad@wifwien.at

Vertriebsplanung: Von der Pflicht zur Kür

Was Sie bewegt:

Ziele effizient und motiviert erreichen

Die Vertriebsplanung ist vielfach immer noch eine lästige Pflichtübung, die eher widerwillig von Verkäufern/-innen und Key-Accountern/-innen gemacht wird. Das muss nicht sein!

Sie wollen, dass Ihr Vertriebsteam die Komfort-Zone verlässt und eigenverantwortlich, solide geplant und zielstrebig Ergebnisse erreicht? Dann holen Sie sich bei diesem Intensivworkshop die dafür notwendigen Anregungen und Werkzeuge, um Ihr Vertriebsteam so richtig ins Laufen zu bringen.

Was Sie weiterbringt:

Solide Planung unterstützt Sie als Vertriebsleiter/-in, die Ressourcen ergebniswirksam einzusetzen!

Der Trainer zeigt Ihnen anhand konkreter Praxisbeispiele Möglichkeiten aus seinem Beratungs- und Vertriebsalltag auf, wie Sie einfach und rasch zu einem maßgeschneiderten und gut dosierten Planungspaket für Ihr Unternehmen kommen. Sobald Sie und Ihr Team die Vorteile innovativer Vertriebsplanungsansätze jenseits der reinen Zahlenplanung erkennen, wird auch die Umsetzung gelingen.

Der Schlüssel in der Arbeit mit Vertriebsmitarbeitern/-innen ist wie immer die Motivation. Darum gibt es auch dazu Tipps, wie das gelingen kann.

Management- und Vertriebs-Tools, die Sie erhalten:

- Planungsmappe für Ihr Vertriebsteam
- Auswertungsblatt „Produktivität je Mitarbeiter/-in“
- Analyseunterlagen für Geschäftsentwicklung, Kundenbestand, Markt
- Mustervorlagen für Planungsgespräche (Format, Agenda) für Top-, Potenzial- und Neukunden/-innen
- Drehbücher für attraktive Vertriebsmeetings/ Quartalsbilanz
- Tipps für die gehirngerechte Gestaltung von Steuerungssystemen

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 725,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Fr 28. September 2012	24341/01-2
Mi 20. Februar 2013	24341/02-2

TRAINER
 Mag. Christoph Pollak



Ihr Nutzen für die Praxis:

- Sie bekommen Vorlagen und Praxiswerkzeuge, die SOFORT einsetzbar sind. Das spart Zeit und Geld!
- Sie punkten sowohl bei Ihrer Geschäftsführung wie auch bei Ihrem Vertriebsteam.

Gezielt die Produktivität des Vertriebsteams erhöhen

Was Sie bewegt:

Sie spüren, da wäre noch mehr herauszuholen, wissen aber nicht, wie Sie es angehen sollen

Wahrscheinlich kennen Sie als Verkaufsleiter/-in das Gefühl: „Da wäre noch wesentlich mehr drinnen!“ Wie können Sie aber feststellen, wo und bei wem wirklich noch wie viel „drinnen“ ist? Unser im Vorfeld durchgeführter Sales Performance Check liefert Ihnen dazu klare Antworten inkl. der fünf größten Handlungsfelder, um die Produktivität in Ihrem Vertriebsteam zu erhöhen. Im Intensivworkshop besprechen wir die Ergebnisse und erarbeiten mit Ihnen gemeinsam den Weg zu einem High-Performance Team.

Was Sie weiterbringt:

Raus aus der Komfort-Zone

Bewusst hohe Ziele und große Herausforderungen sind die einzige Chance, Vertriebsteams aus ihren eingelernten Mustern und Routinen, aber auch aus ihrer „Komfort-Zone“ herauszuholen. Bei diesem Intensivworkshop machen wir Sie vertraut mit den Erfolgsmechanismen von Spitzenleistungen (sowohl von Führungskräften wie auch von Vertriebsteams) und übertragen diese auf Ihre Situation. Neben den operativen, vertrieblichen Schritten zur Produktivitätssteigerung konzentrieren wir uns vor allem auf Ihre Rolle als Führungskraft in diesem Change-Prozess!

Management- und Vertriebs-Tools, die Sie erhalten:

- Sales Performance Check (schriftliche Potenzialanalyse plus Telefoninterview im Vorfeld) inklusive Auswertung
- Masterplan 30 PLUS inkl. Empfehlung, Reporting-/Coaching-System
- Kollegiale Beratung, Freitags-Reflexion, Tipps für Tandem-Gespräche bei Kunden/-innen, Leitfäden für Feedback-, Motivations- und Kritikgespräche


DAUER
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr

BEITRAG
EUR 950,-

TERMIN **BUCHUNGSNUMMER**
Fr 19. Oktober 2012 24339/01-2
Di 26. Februar 2013 24339/02-2

TRAINER
Harald Beyrer



 Im Seminarpreis inkludiert ist eine professionelle Analyse und Auswertung Ihrer Ausgangssituation inklusive Handlungsempfehlungen durch den Experten.

Ihr Nutzen für die Praxis:

- Sie erhalten eine professionelle Analyse inkl. Benchmarks für die aktuelle Produktivität Ihres Vertriebsteams.
- Sie gewinnen an Selbstsicherheit, sich auf diesen Change-Prozess auch wirklich einzulassen, und holen sich dafür die erforderlichen Tipps und Tools, damit Ihr Vorhaben gelingt.
- Sie fahren mit einem klaren Masterplan für die Umsetzung nach Hause. Wir ersparen Ihnen so „leere Seminarkilometer“.

Neue Kunden zu gewinnen ist keine Hexerei!

Was Sie bewegt:

Akquisition und Bestandskunden/-innen-Betreuung unter einen Hut bringen

Alle Mitarbeiter/-innen für die Akquisition von Neukunden/-innen zu gewinnen, ist oft heikel, denn: Der Großteil der Vertriebsmitarbeiter/-innen ist eher „Farmer“ als „Hunter“. So wichtig die Bestandskunden/-innen-Entwicklung auch ist, ohne Neukunden/-innen verlieren Sie Marktanteile, Umsatz und Marge. Wie finden Sie heraus, wer für die Neukunden/-innen-Gewinnung geeignet ist? Haben Sie Ihre Idealkunden/-innen definiert und eine klare, mehrstufige Akquisitionsstrategie? Wie erfahren Sie, wie Ihre Mitarbeiter/-innen am POS agieren und auftreten? In diesem Intensivworkshop erhalten Sie klare Antworten auf Ihre Fragen.

Was Sie weiterbringt:

Ihr individuelles Erfolgsprogramm zur Neukunden/-innen-Gewinnung

Schritt 1:

- Standortbestimmung vor der Veranstaltung
- Ergebnis und Handlungsempfehlungen erhalten Sie beim Workshop

Schritt 2:

- Das richtige Vorgehen planen und für ausreichend Zielkunden/-innen (inkl. Nachschub) sorgen
- Einen effektiven Prozess festlegen und für mehr VERKAUFSAKTIVE ZEIT bei den richtigen Kunden/-innen bzw. Neukunden/-innen sorgen
- Finden Sie heraus, was Sie von Ihren Mitbewerbern/-innen unterscheidet, und spielen Sie diese Vorzüge (USPs) beim Kunden/-innen-Gespräch aus

Schritt 3:

- Den Weg für die Umsetzung frei machen – der Masterplan
- Motivation und Erfolgssteuerung
- Kick-off und Einführung in der Organisation
- Training des Vertriebsteams

DAUER
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr

BEITRAG
EUR 950,-

TERMIN **BUCHUNGSNUMMER**
Fr 5. Oktober 2012 24343/01-2
Fr 15. März 2013 24343/02-2

TRAINER
Harald Beyrer



Im Seminarpreis inkludiert ist eine professionelle Analyse und Auswertung Ihrer Ausgangssituation inklusive Handlungsempfehlungen durch den Experten.

Management- und Vertriebs-Tools, die Sie erhalten:

- Analyse-Tool: Quick Check Vertrieb und Neukunden/-innen-Gewinnung
- Musterbeispiel für ein Idealkunden/-innen-Profil plus Blanko-Formular
- Prozessübersicht Neukunden/-innen-Gewinnung inkl. Tools je Phase
- Praxisbeispiele für Akquisitionunterlagen
- Trainingsempfehlungen für Ihr Vertriebsteam

Ihr Nutzen für die Praxis:

- Sie erkennen, wo Sie noch Verbesserungspotenziale haben und wie Sie diese heben können.
- Sie bekommen jede Menge nützlicher und ergebniswirksamer Vertriebs- und Management-Tools an die Hand.

Bestandskunden effektiv und profitabel entwickeln!

Was Sie bewegt:

Sie möchten mit Ihren Bestandskunden/-innen 10–15 Prozent mehr Ertrag erzielen?

Speziell langjährige Kunden/-innen profitabel weiterzuentwickeln ist oft heikel, denn viele von ihnen erwarten sich aufgrund ihrer Treue Preisnachlässe und „Sonderbehandlungen“, die Sie viel Geld kosten. Was tun?

Lehren Sie Ihr Vertriebsteam, potenzial- und ergebnisorientiert zu agieren und sich nicht nur von Gefühlen und „alten Seilschaften“ mit Kunden/-innen leiten zu lassen. Klar, dass dies nicht einfach ist. Wie dieser Changeprozess in der Praxis funktionieren kann, erfahren Sie in diesem Intensivworkshop.

Was Sie weiterbringt:

Lernen Sie Ihren Kundenstock kennen!

Wer seine Erträge mit Bestandskunden/-innen ausbauen will, muss die Strategie, Herausforderungen und Potenziale seiner Kunden/-innen für die nächsten drei Jahre kennen und mit Zahlen untermauern können. Darauf aufbauend kann dann ein höchst effektives und profitables Kunden/-innen-Entwicklungsprogramm für alle Entscheider/-innen und Beeinflusser/-innen gestaltet werden.

Management- und Vertriebs-Tools, die Sie erhalten:

- Kunden/-innen-Portfolio und -Segmentierung
- Kunden/-innen-Lebenszyklus
- Das Modell des Kunden/-innen-Entscheidungszyklus als Basis für die Entwicklung von Kunden/-innen-Loyalisierungs- und -Entwicklungsstrategien
- Ansätze für eine Kartei- oder Bestandsanalyse bzw. für verkaufsfördernde Kunden/-innen-Segmentierungen
- Entwicklung eines systematischen Kunden/-innen-Kontaktprogramms
- Tipps zum Datenmanagement

DAUER 1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	BEITRAG EUR 725,-
TERMIN Fr 9. November 2012 Do 16. Mai 2013	BUCHUNGSNUMMER 24342/01-2 24342/02-2
TRAINERIN Mag. Ursula Stapelfeldt	
	

Ihr Nutzen für die Praxis:

- Sie lernen, sich einen Überblick über Ihre Bestandskunden/-innen bzw. ihre Kunden/-innen-Segmente zu verschaffen, um die darin liegenden Geschäftschancen optimal ausschöpfen zu können.
- Sie können die Ressourcen Ihrer Mitarbeiter/-innen steuern und durch den gezielten Einsatz des Vertriebs mit weniger Aufwand für mehr Ertrag sorgen.
- Durch ein systematisches Kunden/-innen-Kontaktprogramm stellen Sie sicher, dass jeder/jede Kunde/-in in seinem/ihrer Lebenszyklus entsprechend betreut wird, und erhöhen so die Loyalitätsrate.
- Sie kennen die Zusammenhänge, warum die Erwartungshaltung des/der Kunden/-in und seine/ihre Wahrnehmung Ihrer Angebote bzw. Serviceleistungen oft nicht übereinstimmen, welche Konsequenzen das auf die Kunden/-innen-Zufriedenheit und Loyalität hat, sowie die Hebel, gegenzusteuern.

So bringt Ihr Vertriebsteam bessere Preise durch

Was Sie bewegt:

Margenoptimierung ohne Kunden/-innen zu verlieren

Preiserhöhungen durchzubringen ist oft heikel, denn: Wie erklären Sie Ihren treuesten Kunden/-innen, dass sie plötzlich für das gleiche Produkt/die gleiche Leistung mehr bezahlen müssen, ohne sie zu verärgern oder gar zu verlieren? Oder wie bereiten Sie Ihr Vertriebsteam auf Preisverhandlungen so vor, dass sie sowohl für die Firma wie auch für den/die Kunden/-in ein akzeptables Ergebnis verhandeln. Umgekehrt: Wie erfahren Sie, wie Ihre Mitarbeiter/-innen die Preispolitik Ihres Unternehmens wahrnehmen?

Was Sie weiterbringt:


Exzellente Nutzen- statt Preisverkäufer/-innen!

Eine klare Nutzenorientierung ist die BESTE Präventionsmaßnahme, um dauerhaft gute Preise und Margen durchzubringen. Dazu braucht es bestens konditionierte und trainierte Mitarbeiter/-innen. Der Intensivworkshop bietet Ihnen als Verkaufsleiter/-in in komprimierter und einzigartiger Form eine echte Handlungsanleitung, wie Sie zu einer guten Preis-/Nutzen-Strategie kommen, markt- bzw. zielgruppenspezifische Preismodelle gestalten können und Ihr Vertriebsteam optimal auf die nächsten Preisgespräche/-verhandlungen vorbereiten können. Keine andere Maßnahme wirkt sich so unmittelbar auf Ihr Betriebsergebnis aus wie diese.

Management- und Vertriebs-Tools, die Sie erhalten:

- Checkliste „Limbic Map“ zur Analyse unterschiedlicher Motivstrukturen
- Fragebogen zur Überprüfung Ihres internen Umgangs mit Preisen
- Modellrechnung: „Gewinnhebel Preis“
- Verhandler/-innen-Panorama: Checkliste zur Vorbereitung auf Preisverhandlungen
- Tipps für die individuelle Förderung Ihres Vertriebsteams

DAUER 1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	BEITRAG EUR 950,-
TERMIN Mi 3. Oktober 2012 Fr 5. April 2013	BUCHUNGSNUMMER 24340/01-2 24340/02-2
TRAINER Harald Beyrer	
	

 Im Seminarpreis inkludiert ist eine professionelle Analyse und Auswertung Ihrer Ausgangssituation inklusive Handlungsempfehlungen durch den Experten.

Ihr Nutzen für die Praxis:

- Sie erhalten Einblicke in die neuesten Erkenntnisse der Gehirnforschung und können Ihre Preismodelle und Angebote künftig typ- und motivgerecht gestalten.
- Sie lernen, Ihr Vertriebsteam auf Preisverhandlungen optimal vorzubereiten.
- Sie meistern den Drahtseilakt zwischen Kunden/-innen- und Gewinnorientierung und finden die richtige Balance zwischen Zielpreisvorgaben und Verhandlungsspielräumen für Ihr Vertriebsteam.

Die 8 Werthebel im Einkauf

Was Sie bewegt:

Wir brauchen einen besseren Preis!

Ein Satz, den dir/die Einkäufer/-in fast täglich zu hören bekommt – und meistens wird auch nur der Produktpreis damit angesprochen, denn das ist es, was die meisten Betroffenen interessiert. Wirklich?

Führende Player verfolgen seit mehreren Jahren die Strategie eines Managements der Wertschöpfungskette über ihre eigenen Unternehmensgrenzen hinweg. Gleichzeitig positioniert sich der Einkauf durch die Steuerung sämtlicher Unternehmensausgaben zunehmend in einer Schlüsselrolle. Mit der Zusammenfassung dieser Aufgaben entsteht eine neue strategische Unternehmensfunktion eines ganzheitlichen und wertorientiert gebündelten Supply-Managements. Die Ziele liegen in der nachhaltigen Realisierung von Wettbewerbsvorteilen durch Innovationsfähigkeit, Geschwindigkeit und Qualität sowie Kostenvorteilen in der Wertschöpfungskette.

Was Sie weiterbringt:

Der Blick über den Tellerrand!

Nur wer die ganze Wertschöpfungskette in den Fokus seiner Betrachtungsweise setzt, wird auch alle Möglichkeiten sehen, die sich ihm bieten. Die Möglichkeiten im Einkauf sind in den vergangenen Jahren vielfältiger geworden, und der Anspruch wird in der nächsten Zeit noch massiv steigen. Das bedeutet für den Einkauf, in Zukunft die bekannten geebneten Straßen zu verlassen und neue Wege zu beschreiten.

Management- und Einkaufs-Tools, die Sie erhalten:

- Masterplan für die Analyse der gesamten Wertschöpfungskette
- Ansatzmöglichkeiten für neue Betrachtungsweisen über den Tellerrand hinaus
- Steigerungsmöglichkeiten des Unternehmenswertes mithilfe des Einkaufs

DAUER 1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	BEITRAG EUR 725,-
---------------------------------------	-----------------------------

TERMIN Mo 15. Oktober 2012 Fr 1. März 2013	BUCHUNGSNUMMER 24344/01-2 24344/02-2
---	---

TRAINER
Jürgen Knoll, MBA



Die 8 Werthebel:

1. Preis
2. Vertrag
3. Prozess
4. Werkstoffmanagement
5. Produkt
6. Menge
7. Make-or-Buy
8. Sourcing

Ihr Nutzen für die Praxis:

- Sie erhalten Ansatzpunkte für Optimierungsmöglichkeiten anhand von erprobten Praxisbeispielen.
- Auf dieser Basis helfen wir Ihnen, das Management von Einkauf und Wertschöpfungsketten von der Strategie bis zu Organisation und Prozessen grundlegend neu zu überdenken und dadurch strategische Wettbewerbsvorteile zu erzielen.

Vom Preisoptimierer zum strategischen Einkäufer

Was Sie bewegt:

Heute die richtigen Aktionen setzen, um morgen richtig AGIEREN zu können

Der Druck, die Kosten- und Leistungspotenziale zu heben und auszureizen, steigt unaufhörlich weiter. Die Beschaffung und ihre strategische Ausrichtung stellen hier einen zentralen Erfolgsfaktor dar. In produzierenden Unternehmen gehen ca. 60 Prozent der Produktkosten durch die Hände des Einkaufs. Nur wenn hier die richtigen Aktionen rechtzeitig eingeleitet werden, lassen sich die immer noch vorhandenen Potenziale im Bereich Leistung und Material auch zeitgerecht ausschöpfen. Es gilt hier, den Fokus vom Produkt auf die gesamte Wertschöpfungskette zu erweitern.

Was Sie weiterbringt:

Strategie statt Preisfeilscherei

Sie entwickeln unter fachlicher Anleitung praxisbezogene Elemente einer eigenen Beschaffungsstrategie. Dadurch bekommen Sie fundierte Einblicke in die Vorgehensweise der Planung, Umsetzung und Kontrolle von Einkaufsstrategien. Permanente Preisverhandlungen fallen damit weg!

Management- und Einkaufs-Tools, die Sie erhalten:

- Masterplan für Beschaffungsstrategie (Entwicklung und Formulierung konkreter Aktivitäten für die Beschaffung)
- Die acht Werthebel für eine optimale Beschaffungsstrategie
- Normstrategien für Materialgruppen und Lieferanten/-innen

DAUER 1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	BEITRAG EUR 725,-
---------------------------------------	-----------------------------

TERMIN Mi 21. November 2012 Mo 15. April 2013	BUCHUNGSNUMMER 24345/01-2 24345/02-2
--	---

TRAINER
Jürgen Knoll, MBA

Ihr Nutzen für die Praxis:

- Ein strategisch orientiertes Beschaffungsmanagement unterstützt die Unternehmensführung beim gezielten Ausbau der Wettbewerbsfähigkeit und erhöht die Profitabilität nachhaltig.
- Eine strategische Ausrichtung der Beschaffungsplanung hilft, Chancen und Risiken in den Märkten frühzeitig zu erkennen und geeignete Maßnahmen der Versorgung zu platzieren.
- Mit der Bildung von Strategien müssen Zielvorstellungen definiert und quantifiziert werden. Das macht beides greifbar und motiviert die Beteiligten.
- Strategische Beschaffungsplanung ist marktorientiert und sensibilisiert das Management für die Einflüsse und Möglichkeiten und die Chancen des Marktes.

Von der Lieferantenbewertung zur strategischen Lieferanten- und Partnerentwicklung

Was Sie bewegt:

Wie schaffe ich den Quantensprung von der Lieferantenbewertung zur nachhaltigen Lieferantenentwicklung?

Nicht mit jedem/jeder Lieferanten/-in kann die gleiche Beziehung aufgebaut werden. Je nach Größe und Komplexität des Beschaffungsmarktes müssen unterschiedliche Strategien angewandt werden. Globalisierung der Märkte, beschleunigte Technologieentwicklung führen zu einer neuen Bewertung der Lieferanten/-innen-Beziehung. Bei einer partnerschaftlichen Beziehung mit ihrem/ihrer Lieferanten/-in sollten einige wesentliche Dinge beachtet werden.

Was Sie weiterbringt:

Vergessen Sie einmalige Aktionen und etablieren Sie stattdessen einen dauerhaften Entwicklungsprozess!

Das vorrangige Ziel einer strategischen Lieferanten/-innen-Partnerschaft ist Lernen und Optimierung. Erst die Fähigkeit des Abnehmer/-innen-Lieferanten/-innen-Verbundes, als Ganzes neues Wissen zu kreieren, über den Verbund zu verteilen und in neue Produkte und neue Dienstleistungen einzubauen, verhilft Ihnen zu nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen. Der so wichtige Wissenstransfer wird durch gemeinsame Businesspraktiken, organisatorische Routinen und gemeinsame Informationstechnologien beschleunigt.

Management-Tools, die Sie erhalten:

- Supplier Rating Tool
- Bausteine zum Entwicklungsprozess strategischer Partner
- Maßnahmen zur Förderung von Lieferanten/-innen-Partnerschaften

DAUER 1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	BEITRAG EUR 725,-
TERMIN Do 31. Jänner 2013 Mo 10. Juni 2013	BUCHUNGSNUMMER 24346/01-2 24346/02-2
TRAINER Jürgen Knoll, MBA	
	

Ihr Nutzen für die Praxis:

- Sie holen aus den Lieferantenbeurteilungsgesprächen für beide Seiten mehr heraus!
- Die unangenehmen Kritikgespräche mit Lieferanten/-innen werden zu konstruktiven Arbeitsgesprächen mit positiven Inhalten.

Kunden führen und verführen

Was Sie bewegt:

Schwierige in begeisterte Kunden/-innen verwandeln

Oft glauben wir zu wissen, was unser Gegenüber denkt und fühlt. Und dann überrascht uns die ganz und gar unerwartete Reaktion eines/einer Kunden/-in. Spätestens hier erkennen wir wieder, wie unergründlich doch die Gedanken- und Gefühlswelten der Menschen sind. An diesem Punkt wünschen wir uns die Fähigkeit des Gedankenlesens. Wir könnten um so vieles besser auf Wünsche, Ängste und Vorbehalte eingehen und vor allem erfolgreicher verkaufen ...

Was Sie weiterbringt:

Neueste Erkenntnisse der Gehirnforschung im Verkauf nützen!

Die neuesten Erkenntnisse der Gehirnforschung (rund 30 Teilbereiche der Neurosciences) haben sensationelle Möglichkeiten eröffnet. Diese werden mittlerweile u. a. von internationalen Werbeagenturen und Geheimdiensten genutzt. Viele dieser neuen Werkzeuge sind so wirksam, dass sie mehr Waffen als Instrumenten gleichen. Verantwortungsvoll eingesetzt können diese mächtigen Werkzeuge aus der Gehirnforschung wahre Wunder wirken – unheimlich ...

Management-Tools, die Sie erhalten:

- „Verführungs-Werkzeugkasten“ der aktuellen Gehirnforschung
- Formelsammlung zur „Steuerung fremder Gehirne“
- Kernprinzipien wie „Versklavungsprinzip“ und „Zombiesystem“
- Modell der persuasiven Fitness und der mentalen Bilanzierung
- Priming: die Steuerung der Wahrscheinlichkeit von Handlungen

DAUER 1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	BEITRAG EUR 650,-
TERMIN Mi 5. Dezember 2012 Fr 19. April 2013	BUCHUNGSNUMMER 24327/01-2 24327/02-2
TRAINER Univ.-Lektor Mag. Dr. Josef Sawetz	
	
	
Inklusive Fachbuch „Kommunikations- und Marketingpsychologie. Grundlagen kommunikativer und persuasiver Prozesse aus Psychologie, Neurowissenschaften, Evolutionsbiologie, Systemtheorie und Semiotik“, Wien: personalexpert.net., Sawetz, J. (2011)	

Ihr Nutzen für die Praxis:

- Sie erhalten völlig neue Einsichten in die wissenschaftlich fundierte höchste Form des Verkaufens.
- Ihr Handlungsspielraum und die Freude am Verkaufen erhalten einen mächtigen Schub.
- Sie werden „süchtig“ nach schwierigen zwischenmenschlichen Situationen und ihrer erfolgreichen Bewältigung ...

Strategie im Fokus

In der zweiten Angebotsgruppe der Business-Klasse rückt das WIFI Management Forum strategische Themen, mit denen Unternehmen heute konfrontiert werden, in den Mittelpunkt. Bei einigen ausgewählten Intensivworkshops arbeitet – neben dem Trainer oder der Trainerin, der/die oft selbst in der Unternehmensberatung tätig ist – ein/-e **Top-Experte/-in aus einem Unternehmen** aktiv mit. Sie garantieren mit ihrem Expertenwissen einen noch größeren Praxisbezug und der **Zugang zu hochwertigen Management- und Berater-Tools** wird ermöglicht. Sei es beispielsweise, wenn es darum geht, die passende Markteintrittsstrategie zu finden bzw. die eigene Unternehmensstrategie einem Strategie-Check zu unterziehen. Oder aber eine Antwort auf folgende Fragen zu finden: Wie reagiert das Unternehmen auf Veränderungen am Markt und wie kann es sein Business zukunftsfähig definieren?

Die effiziente Verknüpfung vieler Intensivworkshops mit einem **Transfercoaching und einer Umsetzungsbegleitung** unterstützt auch den erfolgreichen Einsatz in der Praxis. Dem maximalen Praxisbezug wird durch die **Lösung von Fallbeispielen** Rechnung getragen. Zudem ist bei manchen Seminaren die **Teilnehmeranzahl begrenzt** und die Veranstaltung hat dadurch einen starken Coaching-Charakter.

Transfercoaching: Ihr individueller Umsetzungserfolg!

Nach der Bildungsmaßnahme ist vor der Umsetzung!




Wenn Sie Ihr neu erworbenes Wissen nachhaltig in die Praxis umsetzen wollen, dann nutzen Sie das Angebot eines Transfercoachings. Ihr/-e Trainer/-in erarbeitet mit Ihnen im Unternehmen effektive Methoden, um das Gelernte bestmöglich in Ihren beruflichen Alltag zu integrieren und ergebniswirksam umzusetzen.

Für weitere Informationen zur Umsetzungsbegleitung kontaktieren Sie die Unternehmensentwicklung des WIFI Wien unter T: 01/476 77-5330, personalentwicklung@wifiwien.at.



Bei inhaltlichen Fragen kontaktieren Sie bitte:
Mag. Alexandra Konrad
Produktmanagerin
T: 01/476 77-DW 5234
konrad@wifiwien.at

Zielgruppe

-  Geschäftsführer/-innen
-  Unternehmer/-innen
-  Ergebnisverantwortliche Bereichs- und Abteilungsleiter/-innen Konzern

Hauptziel

Schaffung eines einzigartigen Angebots mit höchstem praktischem Nutzen für die Teilnehmer/-innen.

Lernmodell/Zugänge

- Intensivworkshops zu ausgewählten Führungsthemen mit Fallstudien aus der Praxis, Berater-Inputs über Methoden, Vorgehen und Tipps zur Umsetzung.
- Dauer: 1 Tag
- Bei ausgewählten Workshops: Kleingruppe mit max. 8 Teilnehmern/-innen
- Top-Spezialist/-in aus Unternehmen garantiert maximalen Praxisbezug
- Optionales Transfercoaching und /oder Umsetzungsbegleitung
- Plattform für Erfahrungsaustausch und Netzwerken auf TOP-Level

Dieser Intensivworkshop richtet sich an Unternehmer/-innen und Geschäftsführer/-innen von mittelständischen Unternehmen, die im B2B-Bereich tätig sind und sich auf eine bevorstehende Expansion strategisch und vertriebllich noch vorbereiten wollen.

Ihre Herausforderung:

Wachstumschancen nutzen – kostspielige Abenteuer vermeiden!

Der Einstieg in einen neuen und noch unbekannt Markt wirft für Sie als Unternehmer/-in und Geschäftsführer/-in viele Fragen auf. Worauf kommt es an? Woher bekommen Sie brauchbare Informationen? Wie entwickelt ist der Markt? Welche Produkte, Designs und Preise verträgt er? Wie sieht die Wettbewerbssituation aus? Was ist steuerlich, rechtlich alles zu bedenken? Und vor allem: Welche Markteintrittsstrategie ist für SIE die richtige, um finanzielle Abenteuer zu vermeiden und die Chancen auf Wachstum zu nutzen? Und wenn doch etwas Unvorhergesehenes eintritt, was dann?

Unser gemeinsames Ziel:

Gut vorbereitet die ersten Expansionsschritte setzen.

In diesem Intensivworkshop erarbeiten Sie anhand von realen Praxisbeispielen der Referenten, wie eine Markteroberung strategisch und vertriebllich solide vorbereitet wird. Sie lernen Märkte, Risiken und Chancen mit den richtigen Tools und Methoden treffsicher zu analysieren und zu bewerten. Darüber hinaus bekommen Sie einen Überblick, für welche Ausgangssituation welche Markteintrittsstrategie passt. Nach einem QuickCheck Ihres Expansionsvorhabens werden erste Lösungsansätze und Empfehlungen für das weitere Vorgehen erarbeitet. Nach diesem Tag wissen Sie, welche nächsten Schritte zur Eroberung Ihres Zielmarktes zu setzen sind und worauf Sie achten müssen.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Management-Tools

- Sie erhalten ein Marktanalyse-Tool, um die richtigen Prioritäten bei der Auswahl der Märkte setzen zu können.
- Sie lernen Marktforschungsmethoden wie z. B. Befragungen, Mystery Shopping, Eye Tracking und Fokus-Gruppen kennen und wissen, wann welche Methode nützlich ist und wann nicht.
- Sie machen sich mit unterschiedlichen Partner-Modellen vertraut und erkennen deren Vor- und Nachteile.

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Mit den richtigen Strategien neue Märkte erobern

- Dieser Tag bietet Ihnen eine optimale Möglichkeit, Ihre bisherigen Expansionspläne zu überprüfen und mit den neu gewonnenen Erkenntnissen präzise anzupassen.
- Durch die vielen Praxisbeispiele und Tipps sind Sie gut sensibilisiert, vermeidbare und teure Fehler bei der Markterschließung zu vermeiden – das spart Ihnen Zeit und viel Geld!
- Sie kennen nach diesem Tag die wichtigsten Informations- und Servicestellen des Landes und können so den richtigen Support für Ihr Expansionsvorhaben wählen.



Die Teilnehmeranzahl ist auf acht beschränkt. Dadurch hat die Veranstaltung einen starken Coaching-Charakter. Die individuelle Arbeit an Ihren Praxisfällen sichert Ihren persönlichen Fahrplan für künftige Veränderungen.

Optionales Transfercoaching und/oder Umsetzungsbegleitung auf Anfrage >> Info auf Seite 9 <<

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 1.190,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Mo 29. Oktober 2012	24385/01-2
Di 12. März 2013	24385/02-2

TRAINER
Harald Beyrer



SPEZIALIST AUS DER PRAXIS

KommR Ing. Erwin Raffener,
CEO der Sprecher & Automation GmbH



Als Geschäftsführer und Gesellschafter der Sprecher Automation GmbH ist er hauptverantwortlich für die Geschäftsbereiche Vertrieb, Marketing und die überaus erfolgreiche internationale Expansion von Sprecher. Seine praktische Erfahrung im Aufbau von neuen Märkten und in der Entwicklung und Umsetzung von Partnerkonzepten stellt er immer wieder in Vorträgen und Impulsworkshops auch anderen Firmen zur Verfügung.

Markenaufbau & Markenkommunikation – keine Frage des Budgets!

Unverwechselbare Kernleistungen sind die Bausteine erfolgreicher Marken, unabhängig von der Unternehmensgröße. Dieser Intensivworkshop richtet sich an Geschäftsführer/-innen und Eigentümer/-innen, die durch den Aufbau und die Stärkung ihrer Marke neue Kunden/-innen gewinnen und/oder bestehende Kunden/-innen an ihr Unternehmen binden wollen.

Ihre Herausforderung:

Erfolgreiche Marktpräsenz mit begrenzten Budgets erreichen

Immer stärker umkämpfte Märkte mit schrumpfenden Kommunikationsbudgets sind die aktuelle Marktsituation zahlreicher Branchen. Dazu kommt noch ein stetig steigender Werbedruck aus zahlreichen Kommunikationskanälen, die auf unsere Zielgruppen und Kunden/-innen einwirken.

Wie können Sie als Unternehmen und Marke in den Köpfen der Konsumenten/-innen besser und stärker als Ihre Konkurrenz wahrgenommen werden? Wie können Sie mit Ihrem Kommunikationsbudget größtmögliche Aufmerksamkeit und daraus resultierende Verkaufserfolge erzielen? Warum soll der/die Konsument/-in zu Ihrem Produkt, Ihrer Dienstleistung greifen und nicht zu jenen Ihres Mitbewerbs?

Unser gemeinsames Ziel:

Kernleistungen erkennen, definieren und erfolgreich kommunizieren

Erfolgreiche und starke Marken folgen Grundregeln und Mustern, die, einmal festgelegt, durch diverse Kommunikationskanäle konsequent an der/die Kunden/-in vermittelt werden. Je eindeutiger und klarer die Markenbotschaft an den/die Kunden/-in ist, desto stärker und unverwechselbarer bleibt sie in den Köpfen der Konsumenten/-innen verankert.

Lernen Sie anhand von zahlreichen Fallbeispielen die Grundprinzipien erfolgreicher Marken kennen. Evaluieren Sie mittels QuickCheck die individuellen Kernleistungen Ihres Unternehmens. Erfahren Sie durch Beispiele aus der Praxis mehr über die Merkmale einer erfolgreichen und unverwechselbaren Kommunikation mit dem/der Kunden/-in. Erhalten Sie einen Überblick über die möglichen Kommunikationskanäle und den effizienten und effektiven Einsatz von Kommunikationsbudgets.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Marketing-Tools

- Markenkernanalyse
- QuickCheck – Fragebogen zur Markenführung und zu strategischen Kernleistungen
- Instrumente zur Steuerung von Kunden/-innen-Wahrnehmung
- Kennzahlen zur Messung der Effizienz von Kommunikationskanälen

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Mit einer klaren Markenkommunikation zu mehr Umsatz

- Identifizieren Sie die Kernleistungen Ihrer Marke/ Ihres Unternehmens und heben Sie sich durch eine klare und konsequente Kommunikation von Ihrem Mitbewerb ab.
- Wählen Sie die für Ihr Unternehmen passenden Kommunikationskanäle und maximieren Sie so die Aufmerksamkeit Ihrer Kunden/-innen.
- Nutzen Sie den Vorteil einer konsistenten Markenführung für einen kosteneffizienten Einsatz Ihres Kommunikationsbudgets.

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 625,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Mo 22. Oktober 2012	24391/01-2
Mi 10. April 2013	24391/02-2

TRAINER

Mag. Thomas Schmidt



Passt Ihre Unternehmensstrategie noch zum Markt- und Wettbewerbsumfeld?

TOP-SEMINAR

In diesem Strategieworkshop möchten wir VOR-Denkern/-innen, Unternehmern/-innen und Unternehmensentwicklern/-innen Mut zur „falschen“ Strategie machen. Mut, sich nicht nur an Mainstream-Strategien und kurzfristigen Ergebnissen zu orientieren, sondern mit dem richtigen Verhalten auf wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklungen frühzeitig zu reagieren. Nur so finden Sie die passende Strategie, um zu gewinnen.

Ihre Herausforderung:

Tagesgeschäft und Strategiearbeit unter einen Hut bringen. Wer will das nicht?

Häufig wird der Alltag vom Tagesgeschäft so stark dominiert, dass zu wenig Zeit bleibt, sich mit folgenden Fragen zu beschäftigen: Wie erkennen Sie, ob Ihr Unternehmen noch die richtige Richtung eingeschlagen hat? Ob die Strategie NACHHALTIG WERTSTIEGERND ist? Die Strategie den Kernstärken und USPs Ihres Unternehmens entspricht? Mit den derzeitigen Ressourcen und Mitarbeitern/-innen MACHBAR ist? Die richtigen Kunden/-innen begeistert? Und vor allem: Wie gut sind Sie HEUTE auf eine mögliche nächste Wirtschafts- oder Finanzkrise vorbereitet?

Unser gemeinsames Ziel:

Die richtige Strategie mit höchster Konsequenz in kürzester Zeit umsetzen

In diesem Strategieworkshop erklären wir Ihnen anhand eines Fallbeispiels, wie der bcg Strategie Check funktioniert und wie Sie innerhalb von nur 100 Tagen zu einer maßgeschneiderten Strategie und einem realistischen Umsetzungsplan kommen. Sie lernen zuverlässige Analyse-Methoden und Tools kennen, die sowohl Mitarbeiter/-innen wie auch Key-Kunden/-innen miteinbeziehen und die „unter die Haut gehen“. Wir ersparen Ihnen Zahlenfriedhöfe und 100 Seiten Konzepte. Am Ende des Tages wissen Sie genau, wie Sie Ihre aktuelle Strategie checken und motivierend und ergebniswirksam weiterentwickeln können.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Management- und Berater-Tools

- Tool-Box StrategieCheck inkl. umfassender Tool-Box zur Analyse von Märkten, Trends, Wettbewerb, Kunden/-innen, Produktportfolio, Markenkern usw.
- Interviewleitfäden für Mitarbeiter/-innen- und Kunden/-innen-Befragungen
- EKS-Ansatz als Modellvorlage für eine Alleinstellungsstrategie
- Strategiesteckbrief inkl. Musterbeispiele
- Musterdrehbücher für Strategieworkshops, Kunden/-innen- und Mitarbeiter/-innen-Konferenz
- Übersichtsblatt „Projektarchitektur“, Vorlagen für Reportings und PowerPoint-Charts, um effektiv und zeitsparend zu arbeiten

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Mit der richtigen Strategie den Unternehmenswert steigern

- Sie haben mit einem Mini-Investment ein höchst effektives und innovatives Vorgehensmodell zur Strategieüberprüfung und Strategieentwicklung erworben.
- Sämtliche Unterlagen und Tools sind mit wenigen Handgriffen auf Ihre CI geändert, das wirkt professionell und spart Zeit und Geld.
- Sie haben mehrere strategische Ansätze kennengelernt und können den für Sie passenden zielgerichtet umsetzen.

T8

Die Teilnehmeranzahl ist auf acht beschränkt. Dadurch hat die Veranstaltung einen starken Coaching-Charakter. Die individuelle Arbeit an Ihren Praxisfällen sichert Ihren persönlichen Fahrplan für künftige Veränderungen.

Optionales Transfercoaching und/oder Umsetzungsbegleitung auf Anfrage >> Info auf Seite 9 <<

DAUER
1 Tag, 9.00–19.00 Uhr

BEITRAG
EUR 1.190,-

TERMIN
Do 29. November 2012
Mi 22. Mai 2013

BUCHUNGSNUMMER
24386/01-2
24386/02-2

TRAINER
Harald Beyer



Inklusive Buch
„Die besten Strategietools in der Praxis“
(inkl. CD) von Volker Stich, Heiko Asum
und Klaus Kerth

SPEZIALIST AUS DER PRAXIS

DI Christian Eibl,
Head of PC Lubes bei OMV



23 Jahre Vertriebs- und Management-erfahrung in international agierenden Konzernen machen Herrn DI Eibl zu einem echten Experten in Sachen Vertrieb, Expansion, aber auch im Umgang mit Ergebniseinbrüchen und Vertriebskrisen. In seiner aktuellen Position als Leiter des Profit-Centers Schmierstoffe in der OMV ist er für die Vertriebsergebnisse in zwölf Ländern verantwortlich und betreut die strategische Kooperation mit der türkischen Petrol Ofisi. Von seiner fachlichen und praktischen Expertise in Sachen Strategiearbeit und Vertrieboptimierung konnten sich schon viele Führungskräfte bei internationalen Kongressen und Kurzworkshops überzeugen.

Simplicity – Strategien für einfache Produkte, Dienstleistungen und Prozesse

Dieser Intensivworkshop richtet sich an Personen aller Funktionen, die verantwortlich für die Produktgestaltung und Prozessoptimierung sind. Im Speziellen werden Führungskräfte aus den Bereichen Produktmanagement, Entwicklung, Beratung, Marketing und Strategieentwicklung angesprochen.

Ihre Herausforderung:

Die Welt wird komplexer

Die Welt wird zusehends komplexer. Oft leider auch unnötig kompliziert. Der Wettbewerb führt dazu, dass Produkte ständig neue zusätzliche Funktionen und Eigenschaften erhalten. Dienstleistungen werden ausgebaut und in unterschiedlichsten Variationen angeboten. Prozesse werden vernetzter und vielschichtiger. Die zunehmende Komplexität führt zu hohem Zeitaufwand, größerer Fehleranfälligkeit, Mehraufwand im Unterhalt und zu mehr Kunden/-innen-Fragen. Und das, obwohl der Mensch sich zunehmend nach dem Gegenteil sehnt: nach unkomplizierten und verständlichen Produkten und Dienstleistungen.

Einfachheit schaffen ist jedoch keineswegs trivial.

Unser gemeinsames Ziel:

Machen wir Dinge wieder einfach

Nach einer kurzen Einleitung zum Thema „Simplicity“ lernen Sie die fünf Prinzipien der Einfachheit kennen. Diese werden anhand von unterschiedlichen Beispielen aus der Praxis dargestellt. Sie können die Prinzipien an unterschiedlichen kurzen Aufgabenstellungen direkt ausprobieren. Am Beispiel eines großen österreichischen Unternehmens wird die Einfachheit als Strategie und deren Umsetzung in die Praxis vorgestellt. Sie gewinnen so Verständnis für Einfachheit und für den Nutzen von Einfachem.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Die fünf Prinzipien der Einfachheit

- Restrukturieren: neue Ordnung schaffen, Module und kleine Einheiten bilden, Masse und Ausnahme separieren
- Weglassen: Vergangenheit betrachten, Tätigkeiten delegieren, Funktionen/Elemente streichen
- Ergänzen: Funktionen/Elemente kombinieren, Nutzen hinzufügen, Funktionen/Elemente verstecken
- Ersetzen: Grundlegendes wegdenken, Dimension verändern, Konzept übertragen
- Wahrnehmen: Zeit verkürzen, Bekanntes übernehmen

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Mit Einfachheit zu mehr Erfolg!

- Sie wissen, warum viele Produkte, Dienstleistungen und Prozesse immer komplizierter werden.
- Sie kennen verschiedene Prinzipien und Strategien, wie Dinge vereinfacht werden können.
- Sie können Ihren eigenen Vereinfachungs-Workshop im Unternehmen durchführen.

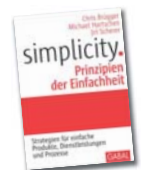
DAUER
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr

BEITRAG
EUR 650,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Fr 5. Oktober 2012	24394/01-2
Mi 6. März 2013	24394/02-2

TRAINER*

Jiri Scherer
Chris Brügger



Inklusive Buch
„Simplicity. Prinzipien der Einfachheit“
von Chris Brügger, Michael Hartschen,
Jiri Scherer

* Hinweis:
Die Auswahl der angeführten Trainer richtet sich nach deren zeitlicher Verfügbarkeit.

Die Organisation neuen Entwicklungen anpassen – Change with a Smile

TOP-SEMINAR

Mit diesem Intensivworkshop möchten wir Unternehmer/-innen, Geschäftsführer/-innen und Bereichsleiter/-innen ansprechen, die etwas bewegen wollen und sich für ein bevorstehendes Changeprojekt noch rasch handfeste Tipps holen möchten.

Ihre Herausforderung:

Wie bringe ich meine Organisation und meine Mitarbeiter/-innen in Bewegung und über die Ziellinie?

Kaum einer verändert sich gerne, die meisten wollen, dass es so bleibt, wie es ist. Was ist zu tun, bevor es losgeht? Wie mache ich Kopf und Bauch für die anstehende Veränderung bereit? Wie finde ich Verbündete? Wie gehe ich das richtig an? Wie gehe ich mit Widerständen um? Welche Ressourcen benötigen wir für die Steuerung des Prozesses? Was mache ich, wenn alles rasend schnell gehen muss? Was und wie kommuniziere ich vor und während des Changeprozesses?

Dieser kleine Auszug aus Fragen zeigt, dass es wohl kaum eine komplexere Aufgabe für Führungskräfte gibt. Wie fit sind Sie zu diesem Thema?

Unser gemeinsames Ziel:

Gerüstet sein für den nächsten Change

Das Management von Veränderung ist eine anspruchsvolle Aufgabe, denn die Situationen, der Kontext und die Phänomene sind oft vielfältig.

Um Sie wirksam auf Ihren nächsten Changeprozess vorzubereiten, bieten wir Ihnen die Möglichkeit, sich für Ihr persönliches Projekt handfeste Empfehlungen von zwei Profis zu holen. Nach einem kurzen Vorspann zu den zehn Feldern des Change-Managements geht es direkt in die mitgebrachten Fallbeispiele der Teilnehmer/-innen, die mit Methoden des Coachings aufgearbeitet werden.

Punktgenaue Berater/-innen- und Theorie-Inputs bezogen auf die Fallbeispiele geben Ihnen einen tollen Einblick, wie Sie Veränderungsprojekte richtig aufsetzen, zielorientiert steuern und auch würdig abschließen können.

Erstklassige Unterlagen, Kurzgeschichten, hilfreiche Modelle sowie Buchtipps runden die „Erstversorgung“ beim Workshop ab. Soll es für Sie noch tiefer hinein gehen, können Sie die Berater/-innen auch gerne in der Umsetzung Ihres Projekts unterstützen.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Management- und Berater-Tools

- Change-Tools sind ein Methoden-Set zur Unterstützung nachhaltiger Veränderungen in Teams und Organisationen und speziell für Projektmanager/-innen gemacht
- Metaphern inkl. Coachingleitfäden für Einzel- und Teambesprechungen
- Projektdesign und Vorgehen für unterschiedliche Anlässe
- Cartoons zum Thema Change-Management
- Optionales Transfercoaching und/oder Umsetzungsbegleitung

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Rasch ins Tun kommen und wirksam werden

- Sie haben verstanden, welcher Logik Changeprozesse folgen.
- Sie planen und betreiben Entwicklungen vom Start weg synchron. Das heißt, Sie richten Ihre Aufmerksamkeit auf die sichtbaren Themen wie Strategie, Ziele, Prozesse UND auf die nicht so einfach sichtbaren Themen wie Mitarbeiter/-innen-Einstellung, Verhalten und Glaubenssätze. Diese sehr differenzierte Herangehensweise führt dazu, dass Sie Ihre Mitarbeiter/-innen besser „abholen und mitnehmen“ können. Das spart Zeit, Ärger und Geld!
- Sie kennen die (zwölf) häufigsten Gründe, warum Veränderungen scheitern, und können diese Fehler Ihren Mitbewerbern/-innen überlassen.
- Sie haben für Ihr Projekt/Fallbeispiel handfeste Tipps bekommen und können loslegen.

T8

Die Teilnehmeranzahl ist auf acht beschränkt. Dadurch hat die Veranstaltung einen starken Coaching-Charakter. Die individuelle Arbeit an Ihren Praxisfällen sichert Ihren persönlichen Fahrplan für künftige Veränderungen.

DAUER
1 Tag, 9.00–19.00 Uhr

BEITRAG
EUR 1.190,–

TERMIN
Mo 10. Dezember 2012
Fr 21. Juni 2013

BUCHUNGSNUMMER
24390/01-2
24390/02-2

TRAINER
Harald Beyrer

**SPEZIALISTIN AUS DER PRAXIS**

DI Dr. Sonja Böhme,
Head of PC AT & DE bei OMV



Ihre mehr als zehnjährige Konzernenerfahrung in den Bereichen Produktmanagement, Marketing und Vertrieb macht sie zu einer exzellenten Sparringpartnerin für Manager und Geschäftsführer. Als Change-Expertin gibt sie sehr praxistaugliche Tipps, wie Sie Ihre Organisation fit machen können für laufende Veränderungen und Anpassungen.

Optionales Transfercoaching und/oder Umsetzungsbegleitung auf Anfrage

>> Info auf Seite 9 <<

Design of Vision – zukunftsfähige Businessinnovationen

Dieser halbtägige Intensivworkshop richtet sich an Eigentümer/-innen, Geschäftsführer/-innen und Innovationsverantwortliche, die für die Entwicklung der langfristigen Business-Innovationen für ihr Unternehmen verantwortlich sind:

- Wie reagiert das Unternehmen auf Veränderungen am Markt?
- Mit welchen Business-Innovationen reagiert das Unternehmen?
- Wohin sollen die Produkt- und Serviceinnovationen des Unternehmens gehen?
- Wie soll sich die Marke weiterentwickeln?

Ihre Herausforderung:

Fokussieren, Flopraten senken und radikale Innovationen initiieren

Innovation und Marke werden immer mehr zu den wettbewerbsentscheidenden Strategien für Unternehmen. Viele Innovationsprojekte sind aber nur Verbesserungen oder „more of the same“. Nur mit einer langfristigen Innovationsstrategie ist es möglich, aus der Vielzahl von Innovationsprojekten diejenigen auszuwählen, die einen echten Beitrag für die Zukunft liefern. So können Effekte erzielt werden, die

- Ressourcen fokussieren
- Flopraten senken
- radikale Innovationen initiieren

Innovation schafft neue Funktionen und Werte für die Zielgruppen. Die Marke transportiert dieses Wertangebot und macht es erlebbar. Daher muss nicht nur über die Positionierung der Produkte/Services, sondern auch über jene der Marke integriert nachgedacht werden.

Unser gemeinsames Ziel:

Thinking the Future: Design-driven

Spirit Design hat ein neues Beratungsmodell entwickelt, das strukturiert durch den Prozess der Entwicklung einer zukunftsfähigen Business-Innovation führt. Konkrete Innovations- und Markenstrategien werden daraus abgeleitet. Dadurch hat dieser Visionsprozess einen konkreten Output. Die so generierte Vision wird mittels Design-Szenarios visualisiert und für die Geschäftsführung intern sowie extern kommunizierbar gemacht. Komplexe Zusammenhänge werden einfach nachvollziehbar, konkrete Innovations- und Markenstrategien greifbar.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Klare Schritte zur Innovations- und Markenstrategie

Folgende Schritte zum Design of Vision sind Inhalt des Workshops:

- Trends: Welche wesentlichen Trends verändern das Umfeld des Unternehmens?
- Wachstumsstrategie: Wohin können wir wachsen? Welche Szenarien gibt es?
- User: Wer sind unsere Zielgruppen und welche Werte können wir ihnen anbieten?
- Positionierung: Wie wollen wir uns gegenüber dem Wettbewerb unterscheiden?
- Business-Innovation: Wie kann das Unternehmen sein Business zukunftsfähig definieren?
- Innovations- und Markenstrategie: Welche konkreten Innovationen im Bereich Produkte/Services und Marke müssen dafür entwickelt werden?
- Wie kann eine solche Visionsentwicklung durch den Einsatz von Design Thinking unterstützt werden?

Weiters werden weiterführende Themen dargestellt, die für die erfolgreiche Implementierung der Business-Innovation verantwortlich sind:

- Wie können Innovationsstrukturen geschaffen werden; wie sieht ein passender Innovationsprozess aus?
- Wie kann die Innovationskultur weiterentwickelt werden?

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Theoretisch fundiert und praktisch erprobt

Durch eine Mischung aus theoretischem Input, praktischen Beispielen und konkreten Übungen bekommen Sie einen Überblick über die Phasen der Visionsentwicklung. Sie erlangen einen ganzheitlichen Überblick zum Thema Business-Innovation, Produkt- und Serviceinnovation, Prozessinnovation und Markenstrategie.

DAUER	BEITRAG
1/2 Tag, 15.00–19.00 Uhr	EUR 475,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Mi 7. November 2012 Mo 13. Mai 1013	25347/01-2 25347/02-2

TRAINER
Mag. Georg Wagner



Optionales Transfercoaching und/oder Umsetzungsbegleitung auf Anfrage

>> Info auf Seite 9 <<

Erfolgreiche Unternehmen steuern ihre Kosten aktiv

Dieser Intensivworkshop richtet sich an Geschäftsführer/-innen, ergebnisverantwortliche Manager/-innen und alle mit Kostensenkung beauftragten Führungskräfte, die vor der Frage stehen, wie sie die Kosten in ihrem Unternehmen nachhaltig und erfolgreich reduzieren.

Ihre Herausforderung:

Kosten senken – aber wie?

Der Markt zwingt heute praktisch jedes Unternehmen ständig zu rationalisieren. Die größte Herausforderung daran ist, an den richtigen Budgetposten anzusetzen ohne Wettbewerbsfähigkeit einzubüßen.

Wie hoch ist das Einsparungspotenzial bei Ihren wichtigsten Budgetpositionen aber wirklich? Wie schaffen Sie es, dass sich ALLE im Betrieb an Kostensenkungsprogrammen beteiligen und auch danach verantwortungsvoll mit Ressourcen umgehen? Wie können Sie Ihre Lieferanten/-innen und Geschäftspartner/-innen für innovative Einsparungslösungen gewinnen und so Ihre Margen und Verhandlungsspielräume verbessern?

Unser gemeinsames Ziel:

Potenziale identifizieren, priorisieren und Maßnahmen nachhaltig umsetzen

- Voraussetzungen für ein effizientes Kostenmanagement herstellen
- Transparenz in die Kostenstruktur des Unternehmens bringen und die Potenziale der einzelnen Kostenarten im Unternehmen bestimmen
- Kostenbewusstsein im Unternehmen erzeugen
- Bestimmung der Verantwortlichkeiten für Einsparmaßnahmen
- Kontinuierliches vs. kampagnenartiges Kostenmanagement
- Richtige Kommunikation von Kostensenkungsmaßnahmen
- Durchführung eines Kostensenkungsprojekts, Absicherung der Nachhaltigkeit der gesetzten Maßnahmen und Vermeidung von Fehlern
- Konkrete Vorschläge zu Einsparungsmaßnahmen anhand von zahlreichen Beispielen

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Kostenmanagement- und Berater-Tools

- Schnelle und einfache Priorisierung von Kostensenkungspotenzialen
- Professionelle Vorbereitung von Lieferanten/-innen-Verhandlungen
- Richtige Dimensionierung von Personalstrukturen
- Übersicht über empfehlenswerte Werkzeuge zur einfachen Maßnahmenumsetzung

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Mit den richtigen Strategien zu mehr Rentabilität

- Sie können die Wirksamkeit und Notwendigkeit von Kostensenkungsmaßnahmen schnell beurteilen und deren Schwerpunktsetzung priorisieren.
- Die notwendigen Schritte zur Einleitung, Nachverfolgung und nachhaltigen Gestaltung von Kostensenkungsmaßnahmen sind Ihnen bekannt.
- Sie kennen die Kernmethoden und Werkzeuge für ein effektives Kostenmanagement.
- Die Mitarbeiter/-innen unterstützen die definierten Maßnahmen zur Kostensenkung.
- Sie wissen, wie Sie den erzielten Erfolg nachhaltig absichern und Ihrem Unternehmen einen strategischen Vorteil sichern.

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 950,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Mi 10. Oktober 2012	24389/01-2
Do 21. März 2013	24389/02-2

TRAINER
Mag. Erik Petraschek



T8 Die Teilnehmeranzahl ist auf acht beschränkt. Dadurch hat die Veranstaltung einen starken Coaching-Charakter. Die individuelle Arbeit an Ihren Praxisfällen sichert Ihren persönlichen Fahrplan für künftige Veränderungen.

Optionales Transfercoaching und/oder Umsetzungsbegleitung auf Anfrage

>> Info auf Seite 9 <<

Schluss mit Geldverschenken!

TOP-SEMINAR

Dieser Intensivworkshop wurde für Geschäftsführer/-innen und Eigentümer/-innen entwickelt, die sich durch eine professionellere Zusammenarbeit ihrer Einkaufs- und Vertriebsteams eine deutliche Gewinnverbesserung erwarten.

Ihre Herausforderung:

Den Einkauf für Vertriebsaktivitäten einspannen?!

Wer im B2B-Geschäft langfristig erfolgreich sein will, muss im Einkauf und im Vertrieb exzellent sein. Wie erfolgreich könnten Sie aber sein, wenn beide Teams sich gegenseitig mit Markt-, Preis- und Lieferanteninformationen, neuesten Geschäfts- und Vertragsmodellen, Taktiken für Verhandlungen und Preiserhöhungen versorgen würden? Ganz zu schweigen von den Kontakten und Netzwerken, die auch der Einkauf hat? Hand auf's Herz: Wie hoch schätzen Sie das jährliche Ertragspotenzial in Euro ein?

Unser gemeinsames Ziel:

10 % Ergebnisverbesserung

Die beiden erfahrenen Vertriebs- und Einkaufsspezialisten zeigen Ihnen mit sechs Referenzbeispielen Lösungsansätze auf, wie auch Sie durch ein innovatives und professionelleres Zusammenspiel von Einkauf und Verkauf im Durchschnitt Ihre Vertriebsergebnisse um 10 % steigern können. Abhängig von Ihrer Branche und Ausgangssituation, kann der Wert leicht darunter, oder aber auch darüber liegen.

Inspiziert durch die vorgestellten Praxisbeispiele und den regen Gedankenaustausch mit den anderen Workshopteilnehmern/-innen fahren Sie mit Ihrem persönlichen Ertragssteigerungsprogramm nach Hause.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Management- und Berater-Tools

- Sie erhalten mit dem QuickCheck „Einkauf & Vertrieb“ ein Analyse-Tool, das präzise Stärken und Ertragspotenziale aufzeigt, damit Sie die richtigen Ertragsverbesserungsmaßnahmen sofort nach dem Workshop einleiten können.
- Sie erhalten vier durchgestylte Drehbücher für Ihre nächsten Meetings mit Einkauf/Verkauf, um Ihre Mitarbeiter/-innen für das Ergebnisverbesserungsprogramm zu begeistern:

Thema 1: Einkaufen & Verkaufen jenseits von Mittelmaß

Thema 2: Bessere Preise (Preiserhöhungen) durchbringen

Thema 3: Innovation Circle für Top-Kunden/-innen

Thema 4: Neukunden/-innen-Akquisition durch Einkauf und Vertrieb

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Mit den richtigen Strategien Vertriebserträge steigern

- Lokalisieren Sie Ihre Ertragspotenziale und lassen Sie Einkauf und Vertrieb mit vereinten Kräften daran arbeiten, diese zu heben.
- Verstärken Sie durch intelligenten Einsatz Ihrer Einkäufer/-innen die Vertriebs-Power am POS.
- Sorgen Sie für einen regelmäßigen Know-how- und Wissenstransfer über Abteilungsgrenzen hinweg – das schafft Wettbewerbsvorteile.
- Holen Sie sich mit der Ertragssteigerung den wohlverdienten Unternehmer/-innen-Lohn.

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 1.190,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Mo 5. November 2012	24388/01-2
Di 11. Juni 2013	24388/02-2

TRAINERTEAM

Harald Beyer
Jürgen Knoll, MBA



T8

Die Teilnehmeranzahl ist auf acht beschränkt. Dadurch hat die Veranstaltung einen starken Coaching-Charakter. Die individuelle Arbeit an Ihren Praxisfällen sichert Ihren persönlichen Fahrplan für künftige Veränderungen.

Optionales Transfercoaching und/oder Umsetzungsbegleitung auf Anfrage

>> Info auf Seite 9 <<

Risiken managen – Rating verbessern

Dieser Intensivworkshop richtet sich an Geschäftsführer/-innen und Eigentümer/-innen, die Risiken und Potenziale ihres Unternehmens abschätzen und zielorientiert sowie zeitgerecht handeln wollen. Das alles mit dem Ziel eines verbesserten Ratings und geringerer Finanzierungskosten.

Ihre Herausforderung:

Chancen und Risiken erkennen und steuern – aber wie?

Gerade in Zeiten rascher Veränderungen sowie verstärkter regulatorischer Anforderungen müssen Unternehmen Chancen und Risiken schnell erkennen und steuern, denn sie entscheiden über Erfolg und Misserfolg. Kunden/-innen, Mitarbeiter/-innen, geändertes Marktumfeld, Basel III, Finanzierung, Liquidität, Beschaffung, steuerliche Anforderungen, rechtliche Problemstellungen, technische Themenstellungen und vieles mehr fordern Sie jeden Tag aufs Neue. Aber wie erkennen Sie wirklich alle Risiken und Chancen? Und vor allem: Welches sind die richtigen Strategien, um Risiken zu vermindern und Chancen zu nützen?

Unser gemeinsames Ziel:

Risiken identifizieren, analysieren, bewerten

In diesem Intensivworkshop erarbeiten Sie mit dem Trainer gemeinsam anhand eines Beispiels aus der Praxis die Chancen- und Risikosituationen eines Unternehmens. Sie lernen, Risiken und Chancen anhand von Methoden und Tools zu analysieren. Darüber hinaus bekommen Sie einen Überblick über die wesentlichen, zeitgemäßen Finanzierungsinstrumente und erfahren, welche Finanzierung zu welchem Kapitalbedarf passt. Nach einer Kurzanalyse Ihres konkreten Beispiels werden Lösungen und Empfehlungen erarbeitet. Schlussendlich werden Sie nach diesem Tag wissen, wie Sie im Rahmen der strategischen Unternehmensführung das Risiko- und Chancenpotenzial am besten erkennen, bewerten, nützen bzw. minimieren können.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Management- und Berater-Tools

- Professionelle Methoden zur Risiko- und Chancenanalyse
- Praktische Identifikation und Bewertung unternehmerischer Risiken
- Finanzmarktinstrumente und ihre Alternativen

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Mit den richtigen Strategien zu mehr Rentabilität

- Lokalisieren Sie Ihre unternehmerischen Chancen und Risiken und erhalten Sie eine solide Grundlage für Ihre zukünftigen strategischen sowie operativen Entscheidungen.
- Ergänzen und optimieren Sie Ihre strategische Unternehmensführung.
- Beeinflussen Sie das Rating im Rahmen Ihrer Möglichkeiten.
- Setzen Sie noch klarere Prioritäten und schaffen Sie so einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 950,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Di 27. November 2012	39324/01-2
Mo 27. Mai 2013	39324/02-2

TRAINER
Dr. Roland Wöss, MBA



T8 Die Teilnehmeranzahl ist auf acht beschränkt. Dadurch hat die Veranstaltung einen starken Coaching-Charakter. Die individuelle Arbeit an Ihren Praxisfällen sichert Ihren persönlichen Fahrplan für künftige Veränderungen.

Optionales Transfercoaching und/oder Umsetzungsbegleitung auf Anfrage

>> Info auf Seite 9 <<

Vertriebskrisen und Ergebniseinbrüche meistern

TOP-SEMINAR

Dieser Intensivworkshop richtet sich an Vertriebsgeschäftsführer/-innen, Eigentümer/-innen und Vertriebsleiter/-innen, die rasch und ergebniswirksam Umsatz- und Ergebnisdellen ausbügeln wollen und nach geeigneten Lösungswegen dafür suchen.

Ihre Herausforderung:

Stimmung und Ergebnisse im Vertriebsteam drehen

Wenn die Umsätze einbrechen und der Optimismus im Team schwindet, sind Sie als Vertriebsleiter/-in oder Geschäftsführer/-in besonders gefordert. Wie finden Sie rasch heraus, ob es eine Absatz- oder eine Kostenkrise ist? Welche Gründe und Ursachen dafür verantwortlich sind? Hat sich das Einkaufsverhalten Ihrer Kunden/-innen geändert? Welche Sofortmaßnahmen im Vertrieb und Außendienst, bei den Serviceleistungen, bei der Angebotsgestaltung und beim Preismanagement könnten Sie setzen, um auf die Erfolgsstraße zurückzukommen?

Unser gemeinsames Ziel:

Ergebniswirksame Lösungsansätze identifizieren, bewerten und erfolgreich umsetzen

In diesem Intensivworkshop erleben Sie anhand eines Praxisbeispiels, wie Sie mit den richtigen Methoden und Zugängen sehr rasch und effektiv 16 Sofortmaßnahmen zur Ergebnisverbesserung entwickeln und innerhalb von 100 Tagen erfolgreich umsetzen können. Schnelle Umsatzsprünge von bis zu 20 Prozent folgen einer eigenen Logik und reichen oft schon aus, um die Stimmung und Performance im gesamten Team wieder zu stabilisieren.

Nach einer Analyse Ihres konkreten Beispiels werden wir Sofortmaßnahmen und Empfehlungen für ein cleveres Vorgehen in Ihrer Branche erarbeiten. Nach diesem Tag sind Sie nicht nur bestens auf Ergebniseinbrüche vorbereitet, Sie haben auch jede Menge Ideen in der Tasche, um das aktuelle Geschäft anzukurbeln.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Management- und Berater-Tools

- Vorgehensmodell: „Rapid Results“
- Methoden-Set und Agendavorschlag für Ihren individuellen Impulsworkshop „16 Sofortmaßnahmen gegen Umsatz- und Ergebniseinbrüche“
- Bewertungs-Matrix für Sofortmaßnahmen

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Mit den richtigen Sofortmaßnahmen am Marktpunkten

- Lokalisieren Sie Ihre größten Ergebnis- und Erfolgshebel und spielen Sie dieses Wissen operativ wie auch psychologisch richtig aus.
- 4 Sofortmaßnahmen aufgrund geänderter Kunden/-innen-Bedürfnisse
- 4 Sofortmaßnahmen für Vertrieb und Außendienst
- 4 Sofortmaßnahmen für Ihre Angebots- und Preispolitik
- 4 Sofortmaßnahmen für Ihren Kundenservice
- Lernen Sie an diesem Tag den effektiven Einsatz der vorgestellten Management- und Berater-Tools und sparen Sie künftig wertvolle Zeit und viel Geld.

T8

Die Teilnehmeranzahl ist auf acht beschränkt. Dadurch hat die Veranstaltung einen starken Coaching-Charakter. Die individuelle Arbeit an Ihren Praxisfällen sichert Ihren persönlichen Fahrplan für künftige Veränderungen.

Optionales Transfercoaching und/oder Umsetzungsbegleitung auf Anfrage >> Info auf Seite 9 <<

DAUER
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr

BEITRAG
EUR 1.190,-

TERMIN
Di 16. Oktober 2102
Mo 4. März 2013

BUCHUNGSNUMMER
24387/01-2
24387/02-2

TRAINER
Harald Beyrer



SPEZIALIST AUS DER PRAXIS

DI Christian Eibl,
Head of PC AT & DE bei OMV



23 Jahre Vertriebs- und Management-erfahrung in international agierenden Konzernen machen Herrn DI Eibl zu einem echten Ex-

perten in Sachen Vertrieb, Expansion, aber auch im Umgang mit Ergebniseinbrüchen und Vertriebskrisen. In seiner aktuellen Position als Leiter des Profit-Centers Schmierstoffe in der OMV ist er für die Vertriebsergebnisse in zwölf Ländern verantwortlich und betreut die strategische Kooperation mit der türkischen Petrol Ofisi. Von seiner fachlichen und praktischen Expertise in Sachen Strategiearbeit und Vertrieboptimierung konnten sich schon viele Führungskräfte bei internationalen Kongressen und Kurzworkshops überzeugen.

Corporate Responsibility im beruflichen Alltag

Dieser Intensivworkshop richtet sich an Geschäftsführer/-innen und leitende Mitarbeiter/-innen in Stabsstellen und in der Kommunikation, die ein Interesse an einer kompakten Auseinandersetzung mit dem Themenfeld C(S)R, unternehmerische Verantwortung in der Gesellschaft haben und sich nicht mit „Lösungen von der Stange“ abgeben wollen. Muss man dem Trend folgen? Wie heben wir uns von anderen ab?

Ihre Herausforderung:

Unternehmerische Verantwortung gestalten – wie geht das?

C(S)R nimmt im Alltag von Unternehmen inzwischen eine immer größere Rolle ein. Was steckt dahinter? Welche Kriterien muss oder sollte man anlegen, um hier die wirkliche Qualität zu messen? Was ist bloßes „Window-Dressing“ und was geht wirklich tief in die Strategie des Unternehmens? Gibt es DEN Ansatz, der in Normen gegossen zertifiziert wird – oder wird hier bloß alter Wein in neue Schläuche gegossen?

Interessegeleitete CSR-Abteilungen, Kommunikationsgetriebene, Ein-Mann/Frau-Abteilungen, Feigenblatt-Funktion: Kann damit das Management eines Unternehmens oder eines Konzerns nachhaltig gestaltet werden? Welchen Trends lohnt es sich zu folgen und welche kann man getrost vorbeiziehen lassen?

Unser gemeinsames Ziel:

Den eigenen Ansatz reflektieren und selbstbewusst umsetzen

Weg vom Denken in Instrumenten hin zur Entwicklung einer eigenständigen Haltung – begründet, erfahrungsbasiert, oft unorthodox, alltagstauglich, immer aber systemisch im Unternehmen oder Konzern, mit seinen gegebenen Begrenzungen, Regeln und Notwendigkeiten.

Die kritische Auseinandersetzung mit immer schon als „richtig“ Gedachtem als Basis für wirklich verantwortliches Tun im Management. Der Intensivworkshop ermutigt zum Hinterfragen und zur Reflexion des eigenen Standpunkts!

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

... wenn's um die Verantwortung geht, geht's um vieles ...

- Wissenschaft, Themen und Tools vs. „Haltung“ und Überzeugung
- Ethik, Werte, Kultur – was ist der Unterschied?
- Rechtliche und finanzielle Implikationen
- Eigenständige Abteilung, Teil der Kommunikation oder einzelne/-r Querdenker/-in – wie wird organisiert?
- Indikatoren und Bewertungsmethoden – Controlling als integraler Bestandteil
- Nationale, europäische und internationale Dokumente – Ermutigung zur kritischen Lektüre
- Normen, Audits, Rankings, Labels und Zertifizierungen – Nutzen und Grenzen
- CSR-Beratung: Kriterien für die Auswahl des/der passenden Partners/-in
- Der CSR-Bericht – notwendiges Übel oder wichtiges Instrument?

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Den richtigen Weg für mein Unternehmen identifizieren

Der Intensivworkshop ermöglicht im Wechsel von Vortrag und Diskussion der Teilnehmenden die kompakte Möglichkeit, sich mit einem Thema auseinanderzusetzen, das in der öffentlichen Diskussion inzwischen breiten Raum einnimmt. Es gibt den Teilnehmenden die Möglichkeit, den eigenen Standpunkt zu hinterfragen, neue Denkansätze ins eigene Unternehmen zu integrieren und selbstbewusst auch Stellung zu sogenannten Trends zu beziehen. Am Ende des Tages bekommen Sie eine Toolbox, mit der Sie Ihren eigenen Weg gestalten können.

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 625,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Do 29. November 2012	39334/01-2
Mi 24. April 2013	39334/02-2

TRAINER
Mag. Wolfgang Schwens, MBA



Krisenkommunikation und interne Kommunikation als strategischer Faktor

Dieser Intensivworkshop richtet sich an Geschäftsführer/-innen und Unternehmer/-innen, die sich proaktiv mit dem Thema Kommunikation in der Krise sowie der Rolle der internen Kommunikation im Krisenfall auseinandersetzen wollen. Denn durch die Auseinandersetzung mit Krisenthemen bevor etwas passiert bewahren Sie im Ernstfall einen kühlen Kopf!

Ihre Herausforderung:

Wir haben eine Krise! – Wem sage ich es? Was sage ich? Wie sage ich es?

Im Krisenfall ist schnelles Handeln mit Fingerspitzengefühl gefragt, um langfristige Imageschäden für Ihr Unternehmen zu vermeiden. Als Geschäftsführer/-in oder Unternehmer/-in sind Sie erste/-r Ansprechpartner/-in für betroffene Mitarbeiter/-innen genauso wie für Medienvertreter/-innen. Wie Sie über ein Krisenthema sprechen, ist entscheidend für die Lösung und den weiteren Verlauf der schwierigen Situation. Hier können viele Fehler passieren, die fatale Folgen für Ihr Unternehmen haben können.

Unser gemeinsames Ziel:

Krisenpotenziale identifizieren, Kommunikationsstrategien festlegen

In diesem Intensivworkshop nehmen Sie sich die Zeit, diejenigen Krisenpotenziale zu identifizieren, die eine besondere Bedrohung für die Reputation Ihres Unternehmens darstellen, und finden Strategien, wie Sie im Ernstfall in einer derartigen Situation kommunizieren können. Sie erfahren, welchen Anspruchsgruppen in der Krisenkommunikation besondere Bedeutung zukommt und lernen wichtige Regeln im Umgang mit diesen Gruppen kennen. Anhand von Fallbeispielen lernen Sie die Bedeutung der internen und externen Kommunikation im Krisenfall und erhalten Einblick in gelungene und weniger gelungene Kommunikationsstrategien.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Grundregeln der Krisenkommunikation nach innen und außen

- Kommunikationspsychologie und Newsfaktoren – erkennen, welche Krisen öffentlich werden können
- Individuelle Krisenidentifikation
- Krisenprävention – Merkmale von Krisen rasch erkennen lernen
- Krisenintervention – professionelles Krisenmanagement wendet Schaden vom Unternehmen ab
- Krisenkommunikation – proaktive Vorgehensweise hilft, die Stoßrichtung der Botschaften zu bestimmen
- Deeskalierende Kommunikationsformen – bereiten den Weg in die Normalität vor

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Gut vorbereitet für den Ernstfall

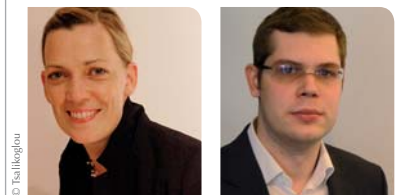
- Sie identifizieren Krisenpotenziale, die von öffentlichem Interesse sein können.
- Sie setzen sich mit wichtigen Dialoggruppen auseinander, die im Krisenfall oft vernachlässigt werden.
- Sie lernen, klassische Fehler in der Krisenkommunikation nach innen und außen zu vermeiden.
- Sie setzen sich mit Ihrer Rolle als erster Ansprechperson im Krisenmanagement aktiv auseinander.
- Sie bewahren Ihr Unternehmen vor langfristigen Reputationsschäden.

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 625,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Di 9. Oktober 2012	24393/01-2
Mo 15. April 2013	24393/02-2

TRAINER/-IN*

Mag. Susanne Grof
Michael Korbel, MA



© Tsalhaglou

* Hinweis:
Die Auswahl der angeführten Trainer/-in richtet sich nach deren zeitlicher Verfügbarkeit.

Erfolgsfaktor Vertrauen – Ihr Weg zum Great Place to Work®

Dieser Intensivworkshop richtet sich an Unternehmer/-innen, Geschäftsführer/-innen, Führungskräfte und HR-Verantwortliche, die ambitionierteste unternehmerische Ziele erreichen wollen – mit Mitarbeitern/-innen, die im Team ihr Bestes geben.

Ihre Herausforderung:

Sie brauchen für das Erreichen Ihrer hochgesteckten Ziele die besten Mitarbeiter/-innen?

Sie sehen sich als Unternehmer/-in oder Führungskraft stets mit wachsenden Herausforderungen durch gesteigerte Zielsetzungen konfrontiert, die Ihnen Markt und Unternehmensführung abverlangen? Sie brauchen, um Ihre ambitionierten Ziele zu erreichen, Mitarbeiter/-innen, die hoch motiviert sind und mit Freude an der Arbeit sowie Freude an der Zusammenarbeit im Team über das „Gewöhnliche“ hinausgehen? Sie fragen sich, wie Sie die besten Kräfte für Ihr Unternehmen gewinnen und diese halten können?

Unser gemeinsames Ziel:

Schaffen Sie eine Vertrauenskultur durch Giftwork™

In diesem Intensivworkshop lernen Sie anhand von Best Practices der besten Arbeitgeber/-innen das „Great Place to Work® Trust Index“-Modell kennen und erfahren, warum es sich lohnt, auf eine Vertrauenskultur zu setzen. Sie erfahren, wie Sie in den neun Elementen des Giftwork™-Modells Ihre Unternehmenskultur und Ihr Führungsverhalten gestalten können, um in Ihrem Verantwortungsbereich von gegenseitigem Vertrauen geprägte Beziehungen aufzubauen. Sie bekommen konkrete Anregungen, wie Sie Ihr Unternehmen, Ihr Team zu einem Great Place to Work umgestalten können.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Management-Tools

- Das Trust-Index®-Modell als Beschreibung eines Great Place to Work®
- Das Giftwork™-Konzept, die erfolgreiche Antithese zu einem rein transaktionalen Verständnis der Arbeitsbeziehungen
- Giftwork™ Cycle und UGIFT als Tools zur Gestaltung Ihrer Cultural Best Practices

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Erreichen Sie Ihre Ziele – mit Freude am gemeinsamen Erfolg

- Identifizieren und fördern Sie Giftwork™ in Ihrem Verantwortungsbereich zur Schaffung Ihres individuellen Great Place to Work®.
- Erreichen Sie Ihre ambitionierten Ziele mit Mitarbeitern/-innen, die ihr Bestes geben.
- Sichern Sie sich nachhaltig einen Wettbewerbsvorteil durch Arbeitgeber/-innen-Attraktivität für die besten Köpfe.
- Erreichen Sie, dass sich Ihre Mitarbeiter/-innen tatsächlich nicht nur auf Freitag, sondern auch auf den nächsten Montag freuen.

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 625,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Do 4. Oktober 2012	39375/01-2
Mi 5. Juni 2013	39375/02-2

TRAINER*
Dr. Erich Laminger
Mag. André Romano



* Hinweis:
Die Auswahl der angeführten Trainer richtet sich nach deren zeitlicher Verfügbarkeit.



In Kooperation mit Great Place to Work®

Great Place to Work® ist ein internationales Forschungs- und Management-Beratungsunternehmen mit Stammsitz in den USA und Partnerbüros in über 40 Ländern weltweit. Jedes Jahr setzen über 3.500 Unternehmen und mehr als 1,5 Millionen Mitarbeiter/-innen auf seine Befragungs- und Kulturanalyse-Tools sowie seine Beratungsleistungen.

HR-Management: Das Unternehmen über die Mitarbeiter führen

Dieser Intensivworkshop ist für Geschäftsführer/-innen, Eigentümer/-innen und Bereichsleiter/-innen gedacht, die in ihren Unternehmen strukturiertes Personalmanagement einsetzen wollen. Wenn es HR-Management bereits gibt, geht es darum, die richtige Auswahl der Instrumente zu treffen.

Ihre Herausforderung:

Erfolgsfaktor Mitarbeiter/-innen – von der Vision zur Umsetzung

Sobald Personalmanagement im Unternehmen als strategischer Faktor eingeführt ist, stellt sich die Frage nach dem Einsatz der ersten Instrumente. Wenn Sie sich den State of the Art in internationalen Unternehmen oder in der Literatur ansehen, wirkt einiges nahezu wissenschaftlich, abgehoben und uneinsetzbar. Sie wollen weder zusätzlichen administrativen Ballast aufbauen noch Intransparenz erzeugen. Sie benötigen deshalb übersichtliche, praktische Methoden, um Ihre Mitarbeiter/-innen als Gesamtheit gut managen zu können, von der Suche bis zum Austritt.

Unser gemeinsames Ziel:

Die richtigen HR-Tools einsetzen und nachhaltigen Erfolg generieren

Sie werden merken, dass in der Einfachheit die größte Kraft liegt. Einzig die Auswahl der für Ihr Unternehmen richtigen Tools und deren konsequenter Einsatz ermöglichen nachhaltigen Erfolg. Ein einfacher HR-Check zu Beginn gibt Ihnen Auskunft über die von Ihnen zu füllende Lücke zwischen Ist- und Wunschsituation. Die Palette dafür geeigneter Instrumente erhalten Sie im Workshop.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Dem Unternehmen angepasste Vorgangsweisen

- Personalsuche und Employer-Branding
- Recruiting und Integration/Inklusion neuer Mitarbeiter/-innen
- MbO, Mitarbeiter/-innen-Gesprächssysteme
- Ausgewogene HR-Administration
- Beurteilungs- und Belohnungssysteme
- Unternehmenskultur und Personalführung
- Juristische Rahmenbedingungen

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Klarheit und Sicherheit für Ihre nächsten Schritte beim Umsetzen von Personalmanagement

- Sie sind überzeugt, dass sich Personalmanagement lohnt.
- Sie überprüfen Ihre HR-Strategie auf Realisierbarkeit.
- Sie identifizieren die für Sie passenden HR-Instrumente.
- Ihre ersten Umsetzungsideen entstehen direkt im Workshop.
- Sie kennen die wichtigsten rechtlichen Grundlagen.

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 625,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Fr 16. November 2012	24392/01-2
Fr 15. März 2013	24392/02-2

TRAINERTEAM

Pepi Adelman
Rechtsexperte Mag. Eduard Salzborn



Gehälter managen – erfolgreiche Beziehungen zu Mitarbeitern gestalten

Dieser Intensivworkshop richtet sich an Geschäftsführer/-innen und Personalleiter/-innen, die das Gehaltsmanagement ihres Unternehmens überprüfen und an ihm sinnvolle und marktgerechte Veränderungen durchführen wollen.

Ihre Herausforderung:

Welche Veränderungen am Gehaltssystem sind notwendig und sinnvoll – welche nicht?

Das Thema Gehalt steht unzweifelhaft an vorderster Stelle, wenn es um die Rekrutierung, Entwicklung, Förderung, Motivierung und Bindung von qualifizierten und leistungsbereiten Mitarbeitern/-innen geht. Gleichzeitig sind Eingriffe in das Gehaltssystem sehr delikat. Beim Thema Geld hört sich einfach der Spaß auf. Wahlloses Herumdoktern am Entgeltsystem führt sehr leicht zu Verunsicherung und Verstimmungen in der Belegschaft. Viele Unternehmen machen sich zu wenig Gedanken darüber, welche Auswirkungen die Eingriffe im Gehaltssystem auf Einsatzbereitschaft und Motivation der Mitarbeiter/-innen haben.

Unser gemeinsames Ziel:

Eine marktgerechte, motivierende Gehaltspolitik, die die Interessen des Unternehmens und der Mitarbeiter/-innen berücksichtigt

In diesem Workshop entwickeln wir gemeinsam eine Gehaltspyramide, die die Gehaltsentwicklung von Führungs- und Fachkräften im Laufe Ihrer Karriere nachvollzieht. Wir diskutieren die Einsatzmöglichkeiten von variabler Vergütung, um die Unternehmensziele zu kommunizieren und unternehmerisch denkende Mitarbeiter/-innen vom Markt anzuziehen und im Unternehmen zu entwickeln. Anhand von Studien unter Personalverantwortlichen besprechen wir die Möglichkeiten, Mitarbeiter/-innen über den Faktor Gehalt zu motivieren und an das Unternehmen zu binden. Wir diskutieren, welche Alternativen es zu höheren Gehältern gibt, die zu ähnlichen Steigerungen der Motivation führen, ohne das Personalbudget zu belasten. Schließlich besprechen wir Möglichkeiten, Personalkosten in Krisenzeiten zu senken, und welche Voraussetzungen dafür schon jetzt geschaffen werden sollten.

Lösungen, die Sie zum Erfolg führen:

Management-Tools

- Aktuelle Gehaltsstudien
- Erhebungen unter Personalverantwortlichen zu den Themen Mitarbeiter/-innen-Bindung und -motivation
- Instrumente der Senkung von Personalkosten

Mehrwert für Ihren Vorsprung:

Mit der besten Strategie zum effektiven Einsatz Ihres Personalbudgets

- Gestalten Sie Ihre Vergütungspolitik marktgerecht, um die besten Mitarbeiter/-innen vom Markt anzuziehen und ans Unternehmen zu binden.
- Nutzen Sie die Möglichkeiten, Ihre Mitarbeiter/-innen über variable Vergütung zu steuern.
- Machen Sie sich mit Varianten vertraut, Personalkosten in Krisenzeiten zu sparen.
- Lernen Sie von Praxisbeispielen erfolgreicher Unternehmen.

DAUER	BEITRAG
1 Tag, 9.00–17.00 Uhr	EUR 625,-

TERMIN	BUCHUNGSNUMMER
Di 16. Oktober 2012	39368/01-2
Mo 8. April 2013	39368/02-2

TRAINER
Dr. Conrad Pramböck



Seminarreihe „Komplett Digital“

SEMINARE „Komplett Digital“

Die Ausbildungsmöglichkeiten zur digitalen Markenführung sind in Österreich dünn gesät. Doch gerade Seminare und Workshops für Social Media Manager, Online-Marketer oder Suchmaschinenoptimierer sind heute gefragter denn je. Der **Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ)** hat sich **in Kooperation mit dem WIFI Management Forum** zum Ziel gesetzt, mit der Seminarreihe „Komplett Digital“ einen kompakten Überblick über die **Möglichkeiten und Instrumente der digitalen Markenführung** zu geben. Top-Profis aus der Branche leiten die Workshops und führen in kurzweiligen Seminartagen in die Themen digitale Marketing-Strategien, E-Mail-Marketing, Mobile Marketing, Suchmaschinenoptimierung, Performance- und Remarketing und Social Media Marketing ein. In der Seminarreihe lernen Werbetreibende aus Agenturen und Unternehmen sowie Führungskräfte und Marketingverantwortliche Chancen, aber auch Risiken von Online Marketing für ihr Business zu erkennen und einzuschätzen. Die Teilnehmer/-innen erlangen dabei das Wissen, notwendige und sinnvolle Maßnahmen zu planen und umzusetzen.

SEMINARE

- Social Media Marketing – Strategie
- Social Media Marketing – Hands on
- Digitale Marketing-Strategien
- Erfolgsgarant E-Mail-Marketing
- Mobile Marketing
- Erfolge durch Suchmaschinen
- Neukundengewinnung
- Social Media Marketing – Strategie
- Social Media Marketing – Hands on

Nähere Informationen unter www.wifi.at/managementforum oder fordern Sie den Folder zur Seminarreihe „Komplett Digital“ an unter T: 01/476 77-DW 5231 oder managementforum@wifwien.at.

Neu: WEBINARE „Komplett Digital“ in Kooperation mit DMVÖ



Zusätzlich bauen der Dialog Marketing Verband Österreich und das WIFI Management Forum das bisherige Angebot um eine Innovation aus. So gibt es neben den Präsenzseminaren der „Komplett Digital“-Reihe jetzt auch **„Webinare“ zu den digitalen Markenführungsthemen**. Dabei wird das Thema nicht im Seminarraum vorgetragen, sondern das Wissen wird online, über eine Webcam und mithilfe von Präsentations- und Anschauungsmaterialien vermittelt. Die Teilnehmer/-innen können live an den 90-minütigen Seminaren örtlich unabhängig an ihrem Arbeitsplatz, Zuhause oder sogar im Kaffeehaus teilnehmen. Alles, was potenzielle Interessenten/-innen brauchen, sind ein **PC oder Laptop mit Lautsprechern oder Kopfhörern und eine Internetanbindung**. Damit gehen der DMVÖ und das WIFI Management Forum neue, digitale Wege. Über den Bildschirm verfolgen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer den Vortrag, sehen die Präsentation und können aufkommende Fragen über Eingabetools direkt an den/die Leiter/-in stellen. Zur Rekapitulation und um sich an einem späteren Zeitpunkt das Gelernte erneut in Erinnerung zu rufen, wird eine Aufzeichnung des Seminars erstellt, die nochmals angesehen werden kann.

Vorteile für Arbeitnehmer/-innen und Arbeitgeber/-innen

Für Arbeitgeber/-innen, die ihre Mitarbeiter/-innen in digitaler Markenführung schulen wollen, bietet die örtliche Unabhängigkeit große Vorteile: So können sich Mitarbeiter/-innen zum Beispiel ganz einfach am Arbeitsplatz, ohne Anreisezeit zu der Webinarreihe weiterbilden. Die **zeitliche Effizienz** und die theoretisch unbegrenzte Teilnehmer/-innen-Zahl ermöglichen es gerade größeren Unternehmen, auch ganze Gruppen zu digitalen Themen zu schulen, ohne dass

die Produktivität und Arbeitsleistung über die Maßen leidet. Aber auch für die Teilnehmer/-innen bergen die neuen Webinare einige Vorteile. Durch die Interaktion mit dem/der Lektor/-in bei aufkommenden Fragen und den Live-Charakter genießen Webinare viel höhere Aufmerksamkeit und erzielen einen deutlich höheren Lerneffekt als zum Beispiel statische, vorab gedrehte Lehrvideos.

Sowohl für Arbeitnehmer/-innen als auch Arbeitgeber/-innen haben die Webinare zusätzlich den großen Vorteil, dass über die kurzen Online-Seminareinheiten eine erste „Schnupperlehreinheit“ absolviert werden kann und die Qualität und der Inhalt der Vortragenden und der Seminare für die eigenen Bedürfnisse geprüft werden können. So bilden die Präsenzseminare eine ideale Ergänzung und Vertiefung in die jeweiligen digitalen Markenführungsthemen.



DAUER
jeweils 18.00 Uhr bis 19.30 Uhr

WEBINARE	TERMIN
1: Digitale Marketing-Strategien	Di 15. Mai 2012
2: Mobile Marketing, SMS, Coupons & Apps	Di 22. Mai 2012
3: Erfolgsgarant E-Mail-Marketing	Di 29. Mai 2012
4: Wirtschaftliche Erfolge durch Suchmaschinen	Di 5. Juni 2012
5: Neukundengewinnung im Internet	Di 12. Juni 2012
6: Social Media Marketing	Di 19. Juni 2012

Die 6 Webinare können nur als Package gebucht werden.

BEITRAG EUR 280,-
für DMVÖ Mitglieder EUR 210,-

Ein Einstieg in die Webinarreihe ist jederzeit möglich, da Aufzeichnungen der einzelnen Webinare erstellt werden. Herbsttermine in Planung.

Nähere Informationen und Buchung unter
www.komplettdigital.com.

Trainer/-innen am WIFI Management Forum



01



02



03



04



05



06



07



08



09



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19

01 PEPI ADELMANN

Personalentwickler, Rhetorik- und Auftrittscoach, Organisations- und Wirtschaftstrainer. Langjährige Erfahrung als Personalleiter, Personalentwickler und Operationsmanager. Seit 2000 selbstständiger Unternehmensberater. Seine Trainings-schwerpunkte sind Rhetorik, Führung und Personalmanagement. Gesellschaftsrecht sowie Versicherungsrecht an den FHWien-Studiengängen der WKW.

02 HARALD BEYRER

Geschäftsführer der beyrer consulting group mit über 27 Jahren Erfahrung in der Vertriebsberatung und im Sales Management. Durch seine Spezialisierung auf brisante Vertriebsprojekte kann er mit Ihnen gemeinsam rasch ergebniswirksame Lösungsansätze für den Verkauf erarbeiten.

03 CHRIS BRÜGGER

Studierte Hotelmanagement an der Schweizerischen Hotelfachschule (SHL) in Luzern und absolvierte das Innovationsseminar am Edward de Bono Institut an der Universität Malta und ein Nachdiplomstudium in Qualitätsmanagement am Schweizerischen Institut für Betriebsökonomie. Er war mehrere Jahre in Managementpositionen in der Hotellerie im In- und Ausland tätig und war als Berater für eine führende Hospitality-Consulting-Firma auf allen Kontinenten unterwegs. Chris Brügger leitet Kreativitätstrainings in Deutsch und Englisch, moderiert Innovationsworkshops und hält interaktive Referate zum Thema „Business Creativity“. Er ist Autor und Co-Autor mehrerer Fachartikel und Bücher zum Thema Kreativität und Innovation.

04 MAG. SUSANNE GROF

Die Geschäftsführerin der Kommunikationsagentur bettertogether ist Psychologin und als Kommunikationsexpertin und Trainerin tätig. Davor war sie Leiterin der Kommunikation und Krisensprecherin des WWF (World Wide Fund For Nature) in Österreich und sammelte schon früh Erfahrung im politischen Umfeld in der Pressearbeit bei Wahlkampf-Kampagnen.

05 JÜRGEN KNOLL, MBA

Jürgen Knoll ist ein international erfahrener Einkaufs- und Beschaffungsspezialist. Er ist nach 20 Jahren im Topmanagement seit 2011 als Unternehmensberater selbstständig tätig. Sein Schwerpunkt liegt in der operativen Unterstützung von Unternehmern/-innen und Einkaufsabteilungen, um deren Professionalität und Profitabilität zu erhöhen. Seine breit gefächerte Branchenexpertise bildet die Basis für seine praxisorientierte und ergebniswirksame Unterstützung. Hier wird nicht um den heißen Brei geredet – hier wird an den richtigen Stellen angepackt!

06 MICHAEL KORBEL, MA

Geschäftsführer bettertogether GmbH. Zuletzt langjähriger Wirtschaftsredakteur der APA – Austria Presse Agentur und auch als EU-Korrespondent in Brüssel tätig. Davor war er als Innenpolitik-Journalist an der Entstehung von Orange 94.0 – Freies Radio in Wien beteiligt.

07 DR. ERICH LAMINGER

Seit 2010 Managing Director von Great Place to Work® Österreich. Unternehmensberater, Wirtschaftstrainer/-mediator; Schwerpunkte: Argumentation, Kommunikation, Präsentation. Promovierter Jurist, langjährige Top-Führungserfahrung (Elektro-/Elektronikindustrie), 1975–1994 Kollektivvertragsverhandler (zuletzt Chefverhandler), Februar 2005 bis Jänner 2009 Sozialversicherungspräsident.

08 MAG. ERIK PETRASCHKEK

Geschäftsführender Gesellschafter der AUXEOS GmbH mit den Schwerpunkten Turnaround Management, M&A und Restrukturierung. Als langjähriger international tätiger Krisen- und Interimsmanager bringt er viel praktische Erfahrung und Expertise zum Thema Kostenmanagement und Liquiditätssteuerung ein. Seine Kernbranchen als Berater sind der Handel, Dienstleistungsunternehmen und Produktionsbetriebe bis zu einem Umsatz von 500 Mio. Euro.

09 MAG. CHRISTOPH POLLAK

Mehrjährige Tätigkeit in internationalen Unternehmensberatungen. Begleitet als Trainer und Berater der beyrer consulting group Kunden/-innen zum Thema offensive Vertriebsstrategie, effektive Verkaufsprozesse und Leistungsdiagnostik im Vertrieb.

10 DR. CONRAD PRAMBÖCK

Head of Compensation Consulting bei Pedersen & Partners in Wien. Er berät Unternehmen in Gehaltsfragen. Zu seinen Schwerpunkten zählen die Konzeption und Einführung von variablen Vergütungssystemen, Gehaltsvergleiche und Karrieremodelle. Davor leitete er das Geschäftsfeld Compensation Consulting bei Neumann International und einem deutschen Beratungsunternehmen in Österreich.

11 MAG. ANDRÉ ROMANO

Wirtschaftspsychologe, zertifizierter Great Place to Work® Facilitator; Bereichsleiter Beratung bei Great Place to Work® Österreich; Design und Durchführung von Fokusgruppen, Workshops und Großgruppenveranstaltungen, seit 2004 im Unternehmen tätig.

12 MAG. EDUARD SALZBORN

Selbstständiger Rechtsanwalt und Strafverteidiger in Wien. Vorstandsmitglieder der Vereinigung Österreichischer Strafverteidiger/-innen, Mitglied der Landesgruppe Österreich der Internationalen Strafrechtsgesellschaft (AIDP). Neben seiner Tätigkeit als Strafverteidiger im konventionellen Sinn ist er überwiegend im Bereich Wirtschaftsstrafrecht tätig.

13 UNIV.-LEKTOR MAG. DR. JOSEF SAWETZ

Kommunikationspsychologe, Neurowissenschaftler, Universität Wien. Seit 1980 Beratung für Marktforschungsinstitute und Werbeagenturen. Bereichsleitung für Konzernkommunikation und Marketing in internationalen Handels- und Industrieunternehmen. Lehrtätigkeit seit 1990. Zahlreiche Publikationen, internationale Awards.

14 JIRI SCHERER

Betriebswirtschaftsstudium an der Hochschule für Wirtschaft (FH) in Luzern; Entrepreneurship-Kurs am Babson College in Boston und Innovationsseminar am Edward de Bono Institut an der Universität Malta; MAS in Innovation Engineering. Zwei Jahre war er für eine Unternehmensberatung in Zug und München tätig und arbeitete danach für eine Kommunikationsagentur in Zürich, bevor er die Denkmotor GmbH – Büro für strukturierte Kreativität und Innovation mit Sitz in Zürich gründete. Er ist Preisträger des „New Entrepreneurs in Technology and Science Awards“ der Gebert Rütli Stiftung, Mitglied der German Speakers Association (GSA) und Autor bzw. Co-Autor von fünf Büchern zum Thema Kreativität und Innovation.

15 MAG. THOMAS SCHMIDT

Leiter Marketing & Sales, Unternehmensentwicklung des WIFI Wien, Lektor an mehreren Studiengängen der FHWien, Agenturerfahrung mit Kunden wie One, AEG, Zanussi sowie Klein- und Mittelbetrieben in Österreich und Deutschland.

16 MAG. WOLFGANG SCHWENS, MBA

Selbstständiger Strategie- und Managementberater mit Schwerpunkt C(S)R und dem Anliegen, über die oft als gegeben angesehenen Grenzen hinauszuschauen und mit Verantwortung nachhaltig zu wirken. Theologe und Betriebswirt mit zahlreichen Zusatzqualifikationen. Berufliche Stationen in Forschung und Fortbildung, im Management von NGOs und internationalen Konzernen. Vortragstätigkeit in Europa, USA, Südafrika, China.

17 MAG. URSULA STAPELFELDT

Mag. Ursula Stapelfeldt ist Marketing-, CRM- und Kommunikationsexpertin. Sie ist tätig im Bereich Unternehmensberatung, arbeitet als Trainerin und begleitet Mitarbeiter und Führungskräfte in Unternehmen in ihrer Funktion als systemischer Coach. Ihr breit gefächertes beruflicher Background und ihre Expertise in Branchen wie Automotive, Kosmetik, Film, Gastgewerbe und Touristik sowie Gesundheitswesen bilden die Basis für die erfolgreiche Umsetzung von klaren Zielvorgaben in Management-auf-Zeit-Projekten.

18 MAG. GEORG WAGNER

1993 Mitgründer der Firma Spirit Design, heute Managing Partner. Lektor bei der Deutschen Telekom, Donau-Universität Krems u. a. Lehrgang „Management von Innovationsprozessen“. Vorträgend Fachartikel zu Innovation – Marke – Design. Zahlreiche Preise: red dot, Constantinus, IDEA, iF design award, DDC u. a.

19 DR. ROLAND WÖSS, MBA

Unternehmensberater mit den Schwerpunkten strategische Unternehmensführung, Risikomanagement, Sanierung und Reorganisation. Durch seine langjährige Tätigkeit als Vorstand einer großen Regionalbank kennt er sowohl den Unternehmeralltag wie auch die Positionen der Banken gut. In seinem Spezialgebiet Riskmanagement zeigt er sehr eindrucksvoll und einfach verständlich Wege auf, wie Unternehmen ihr Rating und damit ihre Finanzierungskosten positiv beeinflussen können.

Anmeldung Business-Klasse

VERANSTALTUNGSORT:
WIFI Management Forum,
wko campus wien, Währinger Gürtel 97, 1180 Wien

Per Fax: 01 476 77-95232
Per Post: WIFI Management Forum, wko campus wien, Währinger Gürtel 97, 1180 Wien
Per E-Mail: managementforum@wifiwien.at



Ja, ich melde mich für folgende Buchung(en) verbindlich an:

<input type="checkbox"/>	Buchungsnr.	_____	-2
	am	_____	
	Titel	_____	
<input type="checkbox"/>	Buchungsnr.	_____	-2
	am	_____	
	Titel	_____	
<input type="checkbox"/>	Buchungsnr.	_____	-2
	am	_____	
	Titel	_____	
<input type="checkbox"/>	Buchungsnr.	_____	-2
	am	_____	
	Titel	_____	

Rechnung ist auszustellen an: Privat

1. Teilnehmer/-in
(bitte nur eine Person pro Anmeldung eintragen):

Nachname Herr Frau

Vorname Akad. Grad

Geburtsdatum Geburtsort

Privatadresse

PLZ/Ort

Telefon/Mobilnummer (tagsüber)

E-Mail-Adresse

Firma (bitte Punkt 1 und 2 ausfüllen)

2. Firmenangaben
(notwendig, wenn Firma Vertragspartner ist):

Firmenname

Abteilung, Funktion

Firmenadresse

PLZ/Ort

Telefon (tagsüber)

Fax

E-Mail-Adresse

Bitte vollständig in Blockbuchstaben ausfüllen! Wir benötigen Ihre Angaben für eventuelle Rückfragen bzw. die Ausstellung von Teilnahmebestätigungen.

Ich akzeptiere die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des WIFI Management Forums in der letztgültigen Fassung.
Abrufbar unter www.wifiwien.at/agb

Datum, Unterschrift, Firmenstempel

Allgemeine Geschäftsbedingungen

ANMELDUNG

Wir bitten Sie, uns Ihre Anmeldung unter der Verwendung des Anmeldeformulars auf den letzten Seiten des Seminarprogramms entweder per Post oder Fax zu übermitteln. Oder Sie melden sich direkt über E-Mail oder Internet im WIFI Management Forum an. Jede Anmeldung ist verbindlich.

TEILNEHMERANZAHL

Die Anmeldungen zu unseren Bildungsveranstaltungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt, da wir die Teilnehmeranzahl bei unseren Veranstaltungen zur Erreichung Ihres optimalen Lernerfolgs begrenzt haben.

ANMELDEBESTÄTIGUNG

Ihre Anmeldung wird nach Erhalt unter Berücksichtigung freier Seminarplätze fix gebucht. Nach der Anmeldung erhalten Sie von uns auf dem Postweg eine Anmeldebestätigung. Eine Woche vor Veranstaltungsbeginn erhalten Sie eine Rechnung inkl. Erlagschein.

TEILNEHMERBEITRAG

Der Teilnehmerbeitrag schließt die Kosten für Teilnahme, Unterlagen und Verpflegung ein. Übernachtungen sind in den Gebühren nicht enthalten. Teilzahlungen können nur vor Veranstaltungsbeginn und individuell vereinbart werden und sind nur im Zusammenhang mit einer Einzugsermächtigung möglich.

Bei Veranstaltungen, die in den Räumen des WIFI Management Forums in Wien stattfinden, übernehmen wir Ihre Parkgebühr in der Apcoa-Garage (Einfahrt Sempsterstraße, Zufahrt über Gentzgasse oder Einfahrt Währinger Gürtel, ausgenommen Motorräder). Sie erhalten Ihr Ausfahrtsticket in der Veranstaltung, das jedoch nur am jeweiligen Veranstaltungstag gültig ist. Bitte verwenden Sie bei der Einfahrt in die Garage nicht Ihre Kreditkarte, da sonst das Gratisticket nicht genutzt werden kann.

Werden Veranstaltungen in mehreren Teilen geführt, so kann die Veranstaltung, wenn in der jeweiligen Beschreibung nicht ausdrücklich anderes vorgesehen ist, nur als Ganzes gebucht werden. Die Möglichkeit zum Nachholen nicht besuchter Teile besteht nicht.

Das WIFI Management Forum ist das Bildungsforum für Führungskräfte innerhalb der Wirtschaftskammer Wien. Die Wirtschaftskammer ist als Körperschaft öffentlichen Rechts kein Unternehmer im Sinne des Umsatzsteuergesetzes 1994 (UStG) und somit gemäß § 6 Abs. 1 Z. 11 lit. a UStG von der Umsatzsteuer befreit. Die Teilnahmegebühr enthält daher keine Umsatzsteuer.

TEILNAHMEBEDINGUNGEN

Ist der Besuch einer Veranstaltung an bestimmte Zulassungsbedingungen gebunden, werden diese im Seminarprogramm gesondert angeführt und sind von dem Teilnehmer/der Teilnehmerin zu erfüllen.

RÜCKTRITTSRECHT GEMÄSS KONSUMENTENSCHUTZGESETZ (KSCHG)

Erfolgt die Buchung einer Veranstaltung im Fernabsatz, insbesondere also telefonisch, per Fax oder E-Mail, steht dem/der Teilnehmer/-in als Verbraucher im Sinne des KSCHG ein gesetzliches Rücktrittsrecht binnen 7 Werktagen (Samstag zählt nicht als Werktag), gerechnet ab Vertragsabschluss, zu. Dies gilt nicht für Veranstaltungen, die bereits innerhalb dieser 7 Werktage ab Vertragsabschluss beginnen. Die Rücktrittsfrist ist gewahrt, wenn die Rücktrittserklärung innerhalb dieser Frist abgesendet wird.

BESUCHSBESTÄTIGUNG

Teilnahmebestätigungen über den Besuch einer Veranstaltung werden kostenlos ausgestellt, wenn der/die Teilnehmer/-in mindestens 75 % der betreffenden Veranstaltung besucht hat.

STORNOBEDINGUNGEN

Stornierungen können nur schriftlich entgegengenommen werden. Maßgeblich für die Rechtzeitigkeit der Rücktritts- bzw. Stornoerklärung ist das Einlangen beim WIFI Management Forum. Sollte ein/-e Teilnehmer/-in am Veranstaltungsbesuch verhindert sein, kann eine Stornierung bis 14 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn kostenfrei erfolgen.

Bei Abmeldungen, die später als 14 Kalendertage vor Veranstaltungsbeginn einlangen, muss eine Stornogebühr von 50 % verrechnet werden. Bei Stornierungen am ersten Tag der Veranstaltung bzw. danach wird der komplette Veranstaltungsbeitrag fällig, dies gilt auch dann, wenn Ratenzahlungen vereinbart wurden. Die Stornogebühr entfällt, wenn vom/von der Teilnehmer/-in ein/-e der Zielgruppe entsprechende/-r Ersatzteilnehmer/-in nominiert wird, der/die die Veranstaltung besucht und den Teilnehmerbeitrag leistet. Der/die ursprüngliche Teilnehmer/-in bleibt jedoch für die Kurskosten haftbar. Bei unvorhergesehener Erkrankung des/der Teilnehmers/-in ist eine ärztliche Bestätigung nachzureichen.

Seminarreihe: Bei Stornierung eines Seminars aus einer Seminarreihe werden die Preisvorteile durch Buchung der Seminarreihe rückabgewickelt.

ÄNDERUNGEN IM SEMINARPROGRAMM

Unsere Veranstaltungen werden langfristig geplant, daher kann es zu Änderungen im Seminarprogramm, etwa der Veranstaltungstermine oder der Trainer/-innen kommen, die wir uns vorbehalten. Wir teilen Ihnen solche Abweichungen nach Möglichkeit sofort mit, damit Sie Ihre Anmeldung ggf. ändern können. Ebenso hängt das Zustandekommen einer Veranstaltung von einer Mindestteilnehmerzahl ab. Ersatz für entstandene Aufwendungen oder sonstige Ansprüche sind daraus nicht abzuleiten. Wir übernehmen keine Gewähr bei Druck- bzw. Schreibfehlern in unseren Publikationen und Internetseiten.

STEUERLICHE ABSETZBARKEIT DER AUS- UND WEITERBILDUNG, FÖRDERUNGEN

Aufwendungen zur beruflichen Aus- und Weiterbildung sind als Werbungskosten steuerlich absetzbar, wenn sie im Zusammenhang mit der ausgeübten oder einer damit verbundenen beruflichen Tätigkeit stehen oder Umschulungsmaßnahmen dienen, die eine Tätigkeit in einem neuen Berufsfeld ermöglichen (§ 16 EStG). Nicht abzugsfähig sind Aufwendungen für Ausbildungen, die der privaten Lebensführung dienen oder von allgemeinem Interesse sind (z. B. Persönlichkeitsentwicklung, Esoterik, Ernährung, Sport etc.).

Unternehmen, die in die Aus- und Weiterbildung ihrer Mitarbeiter/-innen investieren, können einen Bildungsfreibetrag in Höhe von 20 % der aufgelaufenen Kosten geltend machen, sofern die Bildungsmaßnahmen im betrieblichen Interesse sind. Alternativ dazu kann auch eine Bildungsprämie in der Höhe von 6 % dieser Kosten geltend gemacht werden, die auf dem Abgabekonto gutgeschrieben wird.

Für Förderungen von Qualifizierungsmaßnahmen und persönliche Förderungsmöglichkeiten durch das Arbeitsmarktservice kontaktieren Sie bitte vor Veranstaltungsbeginn Ihre regionale Geschäftsstelle des AMS (www.ams.or.at).

Verschiedene Fördereinrichtungen übernehmen Teile der Kosten für Aus- und Weiterbildungen. Diesbezüglich steht Ihnen für eine individuelle Information das Kundenservice Ihres regionalen WIFI gerne zur Verfügung. Die einzelnen Fördereinrichtungen in den Bundesländern für die Aus- und Weiterbildung finden Sie gesammelt auch unter www.berufsinfo.at/bildford/id_zielgr.htm. Das WIFI Management Forum übernimmt keine Gewähr für die Vollständigkeit und Richtigkeit der Inhalte dieser durch die Wirtschaftskammer Österreich zur Verfügung gestellten Internetseite. Bitte beachten Sie, dass durch die dortige Auflistung für Sie kein Rechtsanspruch auf diese Förderungen entsteht.

VERANSTALTUNGSORT

WIFI Management Forum am wko campus wien
Währinger Gürtel 97, 1180 Wien
Parkmöglichkeit in der Apcoa-Garage
Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln:
U6; Straßenbahnlinien 40, 41, 42; Autobuslinien 37A, 40A

DATENSCHUTZ

Alle persönlichen Angaben unserer Teilnehmer/-innen und Interessenten/-innen werden vertraulich behandelt. Die Daten werden weder an Dritte weitergegeben noch diesen zur Nutzung überlassen, sondern dienen ausschließlich internen Zwecken zur gezielten Kundeninformation. Mit der Anmeldung bzw. mit der Übermittlung der Daten willigen die Teilnehmer/-innen bzw. Interessenten/-innen ein, dass personenbezogene Daten (Vor- und Nachname, Titel, Geburtsdatum, Geburtsort, SVNR, Firmenname, Firmenadresse, Telefonnummern, E-Mail-Adressen, Zusendeadresse oder Privatadresse), die elektronisch, telefonisch, mündlich, per Fax oder schriftlich übermittelt werden, gespeichert und für die Übermittlung von Informationen des WIFI und des WIFI Management Forums verwendet werden dürfen. Dies schließt auch den Versand des E-Mail-Newsletters an die bekannt gegebene(n) E-Mail-Adresse(n) mit ein. Eine Abmeldung ist jederzeit möglich. Der/die Kunde/-in stimmt einer elektronischen Verarbeitung und Übermittlung seiner bekannt gegebenen Daten zum Zwecke der Bonitätsprüfung im Sinne des geltenden Datenschutzgesetzes ausdrücklich zu.

ADRESSÄNDERUNGEN

Um unsere Datenbank aktuell halten zu können, teilen Sie uns bitte Adressänderungen unter Angabe Ihrer alten Adresse und sonstige eventuelle Fehler in der Anschrift per E-Mail an wmf@wifwien.at mit.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Für persönliche Gegenstände der Teilnehmer/-innen inkl. der bereitgestellten Lernunterlagen wird seitens des WIFI Management Forums, auch im Falle des Diebstahls, keine Haftung übernommen. Aus der Anwendung der beim WIFI Management Forum erworbenen Kenntnisse sowie für die inhaltliche Richtigkeit und Aktualität von zur Verfügung gestellten Skripten, Beiträgen oder Foliensätzen können keinerlei Haftungsansprüche gegenüber dem WIFI Management Forum geltend gemacht werden. Das WIFI Management Forum übernimmt keine Gewähr bei Druck- bzw. Schreibfehlern in seinen Publikationen und Internetseiten.

Gerichtsstand:
sachlich und örtlich zuständiges Gericht in Wien



IMPRESSUM

Herausgeber, Medieninhaber und Redaktion

WIFI Management Forum des
Wirtschaftsförderungsinstituts der Wirtschaftskammer Wien

wko campus wien
Währinger Gürtel 97
1180 Wien

TELEFON 01 476 77-5232
FAX 01 476 77-5239
eMAIL managementforum@wifiwien.at
INTERNET www.wifi.at/managementforum

Für den Inhalt verantwortlich: Mag. Sandra Prandtner
Vorbehaltlich Druckfehlern und Änderungen
Copyright 2012, alle Rechte beim WIFI Management Forum

Konzept und Gestaltung: DESIGNBOX e.U.
Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H.
Fotografie: Sabine Klimpt, Foto Weinwurm,
Philip Enders, istockphoto



VERANSTALTUNGORT

wko campus wien

1180 Wien, Währinger Gürtel 97

TELEFON **+43 (1) 476 77-5231**

FAX **+43 (1) 476 77-95231**

eMAIL **managementforum@wifiwien.at**

INTERNET **www.wifi.at/managementforum**

Das Ausbildungszentrum des WIFI Management Forums erreichen Sie bequem mit der U6, den Straßenbahnlinien 40, 41 und 42 sowie den Bussen 37A und 40A.

In der APCOA-Tiefgarage stehen Autofahrerinnen über 700 Stellplätze zur Verfügung. Für KursteilnehmerInnen gibt es spezielle Ermäßigungstarife.

BUSINESS-KLASSE

B

MANAGEMENT-WERKSTATT

M