

Internationales Business Development



INTERNATIONALES BUSINESS DEVELOPMENT: AGIL HANDELN, GLOBAL BUSINESS RISIKOMINIMIERT UND SYSTEMATISCH AUFBAUEN!

Das Seminar Internationales Business Development verfolgt zwei Hauptziele: Zum einen sollen die Teilnehmer für die Chancen, aber auch die Herausforderungen durch internationale Unternehmensaktivitäten sensibilisiert werden, zum anderen werden die wesentlichen Grundlagen für die Aufnahme einer Tätigkeit im Internationalen Waren- und Dienstleistungsverkehr vermittelt.

INHALTE IM SEMINAR INTERNATIONALES BUSINESS DEVELOPMENT

International vs. National Business Development sowie Geschäftsfeld- und Kundenentwicklung

- Trends und Entwicklungen im internationalen Marketing
- Vertrieb als Einflussgrößen des IBDM

Internationale Markt- und Wettbewerbsanalyse

- Branchen- und Geschäftsfeldabgrenzung
- Brancheninterne Strukturanalyse
- Wettbewerbsanalyse

Sind wir fit für going international? – Die Selbstanalyse

- Ressourcenausstattung: Finanzen, Personal, Produkte und Dienstleistungen
- Kernkompetenzen
- Organisations- und Koordinationsstrukturen
- Unternehmenspotential

Strategische Fragestellungen für Internationales Business Development

- Ziele und Kennzahlen der internationalen Geschäftstätigkeit
- Strategische Optionen: Produkt- und Marktcompetenzen

- Marktbearbeitungsstrategien

Wo konzentrieren wir unsere Ressourcen?

- Marktbewertung und -auswahl
- Marktauswahlstrategien
- Informationsquellen, Datengewinnung und -management
- Identifikation und Bewertung von Zielmärkten

Bevor es losgeht – Marktvorbereitung

- Weiche Themen und ihre harten Folgen: Kultur und Ethik als Rahmenbedingungen für IBDM
- Interkulturelles Personalmanagement

Gewußt wie – Markteintritt und Marktbearbeitung

- Internationaler Markteintritt: Formen, Phasen, Timing, Wahl des Standortes
- Lokale Adaption des Geschäftsmodells: Organisation, Prozesse, Marketing- und Vertriebsnetzwerke
- Pilotphase und Roll-out-Phase: Kontrolle und Regelung des lokalen Geschäfts

One Size fits all? – Internationale Produkt- und Preispolitik

- Sortimentsanpassung: Standardisierung oder Adaption?
- International Pricing – was ist der geeignete Preis?

Internationaler Vertrieb

- Eigen- oder Fremdvertrieb?
- Die eigene Niederlassung – Vor- und Nachteile
- Einsatz lokaler Absatzmittler – wer eignet sich?
- Das Angebot: Eigenschaften und Nutzen vor dem Hintergrund kultureller Unterschied

IHR NUTZEN AUS DEM SEMINAR „INTERNATIONALES BUSINESS DEVELOPMENT/INTERNATIONAL MANAGEMENT“

Nach der Beendigung des Seminars kennen die Teilnehmer Methoden, Instrumente und Wege, um ihr Auslandsgeschäft praxisnah und zugleich systematisch gestalten zu können. Somit bleibt mehr Zeit für Inhalte in der Marktentwicklung, um zugleich die Märkte für die eigenen Leistungen zu identifizieren, wo die Marktchancen am größten und nachhaltigsten sind.

QUALITÄTSVERSPRECHEN FÜR IHRE WEITERBILDUNG

- Anerkennung durch Zertifikat der Hochschule Fresenius
- Kompetente Trainer mit viel Erfahrung in der Beratungspraxis
- Hohe Aktualität und Praxisrelevanz der Inhalte
- Kleine Gruppen und moderne Lehrmethoden
- Hohe Qualitätsorientierung durch kontinuierliche Evaluation und Feedback
- Hohe Kundenzufriedenheit: Durch mehr als 1000 zufriedene Seminarteilnehmer getestet

ZIELGRUPPE:

Das Seminar richtet sich an Leiter und Fachverantwortliche der Bereiche Business Development, Market Development, New Business, Strategie, Strategische Unternehmensplanung, Unternehmensentwicklung, Geschäftsfeldentwicklung, Strategisches Marketing, Vertriebsplanung, Strategischer Vertrieb, International Business, Export, Produktentwicklung und Produktmanagement, F&E und Innovationsmanagement. Aufgrund der strategischen Bedeutung von BDM werden auch Geschäftsführer und Vorstände angesprochen.

METHODIK & DIDAKTIK:

Die Inhalte werden durch kurzweilige Trainerimpulse, moderierte Erfahrungsaustausche sowie vielen Workshops mit konkreter Anwendung an Fallbeispielen vermittelt.

TRAINER

Prof. Dr. Kai A. Saldsieder

ist Experte für Marketing und Vertrieb. Er ist Professor an der Hochschule Pforzheim und lehrt General Management und International Business. Zuvor war er Offizier der Bundeswehr, anschließend arbeitete Professor Saldsieder in verschiedenen Funktionen im Vertrieb für US-amerikanische Konsumgüterunternehmen (Procter & Gamble, MGM, Hasbro), unter anderem als Key Account Manager, Head of Key Account sowie Director Sales und Trade Marketing. Zuletzt begleitete er als Interimgeschäftsführer den Turnaround eines mittelständischen Health-Care Unternehmens.

Beginn:

Donnerstag, 26. September 2024, 09:00 Uhr

Ende:

Freitag, 27. September 2024, 17:00 Uhr

Veranstaltungsort:

Heidelberg
Deutschland

Website & Anmeldung:

Email zagrodnik@wbildung.de

<https://wbildung.de/seminare/business-development-management/internationales-bdm/>