

General Management Programm

Best Practice in Leadership Development



Die wirksamsten Management- und Führungskompetenzen

Gezielte Vorbereitung auf die Übernahme funktionsübergreifender unternehmerischer Verantwortung

www.management-innovation.com

Im Hopfengarten 31 • 65812 Bad Soden am Taunus
Telefon: 06196-23048
E-Mail: mail@inmi.de

GENERAL MANAGEMENT
PROGRAMM

Ziele und Inhalte des Programms

In diesem Programm lernen und trainieren die Teilnehmer die wichtigsten Management- und Führungsmethoden, wie sie in den am besten geführten Unternehmen praktiziert werden. Damit erwerben die Teilnehmer die Fähigkeit, einen effektiven Beitrag zur Umsetzung der Unternehmensziele zu leisten. In fünf Modulen verbessern sie ihre Management- und Führungskompetenzen. Die Inhalte sind aufeinander abgestimmt, fokussieren auf das Wesentliche und garantieren die Umsetzung des Gelernten in der Praxis.

Die Module im Überblick

Modul 1: Unternehmerisches Denken und Handeln (2 Tage)

Die Teilnehmer lernen, wie ein Unternehmen als Ganzes funktioniert, wie es gesteuert wird und worauf es ankommt, damit es im Wettbewerb erfolgreich bestehen kann. Sie verbessern kontinuierlich ihr unternehmerisches Entscheidungsverhalten und optimieren Geschäftsprozesse in einem turbulenten Umfeld.

Modul 2: Strategisches Marketing und Geschäftsplan (2 Tage)

Anhand von Fällen aus der Praxis Ihres Unternehmens oder mit Fallstudien trainieren die Teilnehmer die Erstellung wirtschaftlich überzeugender Geschäftspläne für ihren Verantwortungsbereich (Produkt, Projekt, Profit- oder Cost-Center).

Modul 3: Controlling und Kostenmanagement (2 Tage)

Während das zweite Modul (Marketing) auf die Umsatzsteigerung fokussiert, geht es in diesem (dritten) Modul um die Kostensenkung. Die Teilnehmer werden mit den wichtigsten Methoden der Budgetierung und Kostenkontrolle vertraut gemacht. Hinzu kommt die Prozessoptimierung (Kosten, Qualität und Zeit).

Modul 4: Effektiv führen, fordern und leisten (2 Tage)

Auf Grundlage eines 360-Grad-Feedbacks (oder anderer Diagnose-Systeme) trainieren die Teilnehmer ihre individuellen Führungs- und Umsetzungskompetenzen, die zur Realisierung der Ziele ihres Verantwortungsbereichs notwendig sind.

Modul 5: Umsetzung und Persönlicher Entwicklungsplan (2 Tage)

Die erworbenen Kompetenzen sollen durch Anwendung in der Praxis zu einer Verbesserung der Ergebnisse (Produktivität und Rentabilität) beitragen. Das erfolgt durch kollegiales Coaching und Beratung mit Erfolgskontrolle (möglichst unter Einbeziehung der Vorgesetzten der Teilnehmer).

Modulbeschreibungen

Modul 1: Unternehmerisches Denken und Handeln

Ziel

Die Teilnehmer lernen, wie ein Unternehmen als Ganzes funktioniert und worauf es ankommt, damit es im Wettbewerb erfolgreich bestehen kann. Sie treffen strategische und operative unternehmerische Entscheidungen im Team, analysieren die wirtschaftlichen Konsequenzen ihrer Aktionen und versuchen, die Geschäftsprozesse und ihr Entscheidungsverhalten zu optimieren. In diesem Planspiel können die Teilnehmer ihre unternehmerischen Fähigkeiten genauso einüben, wie der Pilot sein Können im Flugsimulator trainiert.

Themenvorschlag

- Definition markt-, kunden- und wettbewerbsorientierter Ziele
- Messung des Unternehmenserfolges anhand wichtiger Kennzahlen wie Produktivität, Wirtschaftlichkeit, Rentabilität und Liquidität
- Anwendung von Kennzahlen (Key Performance Indicators) zur Steuerung des Geschäftes
- Einschätzung der Auswirkungen unternehmerischer Entscheidungen auf die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung und die Liquidität
- Der Zusammenhang wichtiger betrieblicher Funktionen wie zum Beispiel Beschaffung, Produktion, Vertrieb und Finanzen (ganzheitliche Sichtweise)
- Entwicklung, Implementierung und Anpassung von Strategien bei ständigem Wandel des Verhaltens von Kunden, Märkten und Wettbewerbern
- Entscheidungen im Team in Stress-Situationen.

Methode

Planspiele gehören zu den effektivsten Lernmethoden. Das Besondere an dieser haptischen Simulation besteht darin, dass die Geschäftsprozesse auf einem „Spielbrett“ nachgebildet sind und dadurch im wörtlichen Sinne besser begriffen werden können. Das führt zur starken Aktivierung und einem hohen Leistungsdruck; beides fördert ein nachhaltiges Verstehen (Erleben) der Funktionsweise eines Unternehmens (oder einer Strategischen Geschäftseinheit).

Modul 2: Strategisches Marketing und Geschäftsplan

Ziel

Wer unternehmerische Verantwortung für ein neues oder verbessertes Produkt, eine Dienstleistung, ein Projekt, ein Profit- oder Cost-Center übernimmt, muss ein überzeugendes Konzept für den Geschäftserfolg seines Vorhabens entwickeln. Ein Businessplan ist eine wesentliche Voraussetzung für die Bereitstellung der notwendigen finanziellen und personellen Ressourcen. Gleichzeitig kann der Verantwortliche mit der Umsetzung eines solchen Projektes seine unternehmerische Kompetenz nachweisen.

Themenvorschlag

- Erarbeitung und Bewertung von Geschäftsideen (aus dem bestehenden Geschäft heraus oder aus der Erkennung von Chancen am Markt)
- Anwendung von Methoden der Strategischen Analyse (Kunden-, Markt- und Wettbewerbsanalyse)
- Festlegung von realistischen und konsistenten Zielen (qualitativ, quantitativ, lang- und kurzfristig)
- Wirksame Anreize zur Zielerreichung
- Entwicklung und Umsetzung der Vermarktungsstrategie
- Koordination von Schnittstellen zu anderen Funktionen wie Logistik, Produktion, Marketing, Vertrieb, Controlling, Service usw.
- Analyse der Einflussfaktoren auf das Ergebnis (Sensitivitätsanalyse)
- Beurteilung von Projekten anhand unternehmensspezifischer Erfolgskriterien
- Die wichtigsten Kennzahlen zur Erfolgskontrolle (Key Performance Indicators) im Marketing und Vertrieb.

Methode

Die Teilnehmer bringen einen Business Case (ein grobes Konzept) oder eine Geschäftsidee aus ihrem Tagesgeschäft in das Seminar mit. Zur Vorbereitung bekommen sie im vorausgehenden Modul einen Leitfaden mit Beispielen aus anderen Unternehmen und Bereichen. Die gesamte Gruppe erarbeitet dann zwei bis drei Beispiele. Gegebenenfalls werden diese Konzepte der Geschäftsführung oder einem Experten-Gremium präsentiert.

Modul 3: Controlling und Kostenmanagement

Ziel

Während das Modul Marketing auf die Steigerung des Umsatzes zielt, geht es in diesem Modul um die Optimierung der Kostenseite. Die Teilnehmer werden mit den wirksamsten Methoden zur Beeinflussung der Kosten und zur Prozessoptimierung in ihrem Verantwortungsbereich vertraut gemacht. Hinzu kommen Fragen der Budgetierung und der Einschätzung der Wirtschaftlichkeit von Projekten, Geschäftseinheiten oder Unternehmen (Unternehmensbewertung).

Themenvorschlag

- Anwendung der Kosten- und Ergebnisrechnung zur Analyse der Kostensituation des eigenen Verantwortungsbereiches
- Interpretation grundlegender Messgrößen und Kennzahlen zur Steuerung von Produktivität, Rentabilität und Qualität der Leistungen einer organisatorischen Einheit
- Anwendung der Erfolgsrechnung zur Planung, Organisation und Erfolgskontrolle von Geschäftsprozessen
- Auswirkungen von Entscheidungen auf Erfolgskennzahlen
- Die wichtigsten Kostenarten und deren Beeinflussungsmöglichkeiten
- Methoden der Steuerung und Budgetierung von Cost- und Profit-Centern und internen Service-Einheiten
- Die wichtigsten Methoden des Managements von Projekten des Kostenmanagements, wie sie von Unternehmensberatungen eingesetzt werden
- Der Zusammenhang unternehmens- und funktionsspezifischer Kennzahlen (Key Performance Indicators)
- Wertorientierte Unternehmensführung und Unternehmensbewertung.

Methode

Anhand von Übungen, Fällen und Beispielen aus ihrem Verantwortungsbereich trainieren die Teilnehmer den Umgang mit den wichtigsten Werkzeugen und Konzepten des Kostenmanagements und der Prozessoptimierung. Hinzu kommt der Erfahrungsaustausch zur Anwendung bestehender Kennzahlensysteme und Steuerungsinstrumente.

Modul 4: Effektiv führen, fordern und leisten

Ziel

Die Teilnehmer trainieren und verbessern die nach heutigem Stand des Wissens wirksamsten Führungs- und Umsetzungskompetenzen, und zwar abgestimmt auf ihren persönlichen Entwicklungsbedarf. Dabei bedeutet Wirksamkeit, die Mitarbeiter so zu führen, dass strategische und operative Ziele im Rahmen der Geschäftspläne erfolgreich umgesetzt werden. Zugleich soll das Führungsleitbild ihres Unternehmens mit Leben erfüllt werden.

Themenvorschlag:

- Diagnose der eigenen Führungs- und Umsetzungskompetenzen in einem 360-Grad-Feedback im Hinblick auf die Unternehmensziele und die angestrebte Unternehmenskultur
- Erfüllung der Vorbildfunktion durch ein authentisches Persönlichkeits- und Kompetenzprofil
- Mitarbeiter durch herausfordernde Ziele und persönliche Perspektiven zu mehr Leistung inspirieren
- Die Lernfähigkeit und die Entwicklung der Mitarbeiter durch gezielte Begleitung fördern
- Konstruktive zwischenmenschliche Beziehungen auf der Basis von Respekt und Vertrauen herstellen
- Die Verantwortungsbereitschaft und die Orientierung an Geschäftsergebnissen durch klare Erwartungen und Leistungsstandards stärken

Methode

Die Inhalte dieses Moduls werden über Fallstudien, Rollenspiele, Erfahrungsaustausch, kollegiale Beratung und die Simulation kritischer Führungssituationen vermittelt. Zur professionellen Kompetenzdiagnose werden verschiedene (validierte!) Methoden eingesetzt. Außerdem erlernen und praktizieren die Teilnehmer ein spezielles Leadership-Coaching zur Steigerung der Effektivität ihrer Führungsarbeit.

Modul 5: Umsetzung und Persönlicher Entwicklungsplan

Dieses Modul dient der Weiterentwicklung der erworbenen Kompetenzen durch praktische Anwendung und Umsetzung im Tagesgeschäft. Dazu ist ein strukturiertes Vorgehen mit Erfolgskontrolle notwendig. In einem persönlichen Entwicklungsplan erarbeiten die Teilnehmer die wichtigsten Kompetenzen, die den größten Beitrag zum Unternehmenserfolg versprechen. Darauf folgt ein kollegiales Coaching mit einer Erfolgskontrolle nach einigen Monaten. Dies kann unter anderem durch ein erneutes 360-Grad-Feedback oder andere Testverfahren (online und offline) erfolgen.

Ausgangspunkt ist die Abstimmung der persönlichen Entwicklungspläne mit den Unternehmenszielen in einem Dialog mit der Unternehmensleitung oder den Vorgesetzten der Teilnehmer.

Inhalte und Ablauf richten sich nach den Möglichkeiten des Auftraggebers und werden mit ihm abgestimmt.

Referenzen (Ansprechpartner werden auf Wunsch genannt)

- Audi AG
- BASF
- Bausparkasse Schwäbisch Hall
- Bayer
- Baxter Deutschland
- Deutsche Bank
- Bertelsmann
- HUMAN Diagnostics
- Klöckner Pentaplast
- Merck KGaA
- REWE
- Vattenfall
- Viessmann

Bei Fragen stehen wir Ihnen jederzeit zur Verfügung:

E-Mail: w.pelz@inmi.de

Telefon: 06196-23048