

Warum dieses Seminar?

In diesem Seminar lernen Sie, wie Unternehmen durch Einsatz und Umsetzung von Best Practice-Prozessen erfolgreichere Angebote abgeben. Sie werden Zielsetzung, strukturierte Arbeitsweise und Rollenverantwortung in einem zeitgemäßen Angebotsmanagement kennenlernen. Wichtige Arbeitsschritte werden im Rahmen von Praxis-Anteilen eingeübt.

Zielgruppe

Dieses Seminar richtet sich an alle, die an der Erstellung komplexer Angebote beteiligt sind: Accountmanager, Proposal Manager, Angebotsmanager, vertriebsunterstützende Personen in Service, Produktmanager, Manager von Kundenprojekten, Vertriebsassistent, Marketing Manager.

Themen

- Angebotsprozess
- KPIs im Angebotsmanagement
- Rolle des Angebotsteams
- Kundenorientierung
- Wettbewerbsanalyse
- Die Angebotsstrategie
- Planung und Steuerung der Angebotsbearbeitung
- Angebotserstellung

Voraussetzungen

Grundlagen in Vertrieb, Marketing, Produktmanagement

Dauer

1 Tag (8 Stunden inkl. Pausen)

Teilnehmerzahl

max. 12

Lernziele

Nach diesem Kurs kann der Teilnehmer:

- die Komplexität der Erstellung erfolgreicher großer Angebote erkennen.
- eine strukturierte Vorgehensweise in der Angebotsbearbeitung wertschätzen.
- die Bedeutung des Angebotsmanagements als eigenständige Disziplin im Vertriebsprozess verstehen.
- die Key Performance Indikatoren (KPIs) in der Angebotserstellung definieren und ihren Einfluss auf übergeordnete, unternehmerische Ziele erklären.

- die strukturierte, „Best Practice“ - Angebotsbearbeitung nach APMP (*Association of Proposal Management Professionals*) beschreiben und auf grundlegende Beispiele anwenden.
- die Informationen über den Kunden, das Projekt und den Markt benennen, die für ein Best-Practice-Angebotsmanagement wichtig sind.
- die Rollen und Aufgaben der verschiedenen in einer strukturierten Angebotsbearbeitung Mitwirkenden beschreiben.
- Die Kernaufgaben des Angebotsmanagements (Informationsgewinnung, Angebotsstrategie, Teamaufbau, Executive Summary, Angebotserstellung und Lessons Learned) beschreiben und in grundlegenden Anwendungsfällen durchführen.

Methodik

- Vermittlung von theoretischem Wissen (Präsentation)
- Verbindung der Theorie mit Alltagspraxis (Diskussion und Beispiele im Kontext „reales Geschäftsleben“)
- Anwendung und Selbstüberprüfung des Gelernten an Fallbeispielen (Individual- und Gruppenübungen).