

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, Vertriebsassistenten, Marketingmanager.
Themen	<ul style="list-style-type: none">• Angebotsprozess• Executive Summary• KPIs im Angebotsmanagement• Rolle des Angebotsteams• Kundenorientierung• Wettbewerbsanalyse• Angebotsstrategie• Planung und Steuerung der Angebotsbearbeitung• Angebotserstellung
Voraussetzungen	Grundlagen in Vertrieb, Marketing, Produkt- und/oder Vertragsmanagement
Dauer	1 Tag (8 Stunden inkl. Pausen)
Teilnehmerzahl	max. 16
Lernziele	Nach diesem Kurs kann der Teilnehmer: <ul style="list-style-type: none">• 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 Indicators (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, sein 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, Angebots-Strategie, Team-Aufbau, Executive Summary, Angebotserstellung, Lessons Learned) beschreiben und in grundlegenden Anwendungsfällen durchführen.

Methodik

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