

Warum dieses Seminar? Erhöhen Sie Ihre Erfolgchancen neue Aufträge über die Teilnahme an „Öffentlichen Ausschreibungen“ in Deutschland zu erhalten. In diesem Seminar lernen Sie, wie Sie durch Einsatz und Umsetzung von Best Practice-Lösungen erfolgreichere Angebote abgeben. Eine strukturierte Arbeitsweise und Rollenverantwortung in einem zeitgemäßen Angebotsmanagement kennenlernen. Die Möglichkeit mit professionellen Angeboten auch öffentliche Ausschreibungen im Wettbewerb zu gewinnen.

Zielgruppe Dieses Seminar richtet sich an alle, die an der Erstellung von Angeboten für öffentliche Ausschreibung beteiligt sind: Accountmanager, Capture-Manager, Angebotsmanager, Marketingmanager, Produktmanager, sowie vertriebsunterstützende Personen in Projektmanagement und Service.

Themen

- Ausschreibungen
- Angebotsprozess
- Öffentliche Ausschreibungen
- Opportunity Management
- Grundlagen Executive Summary
- Rollen im Angebotsteam
- Kundenorientierung
- Wettbewerbsanalyse
- Angebotsstrategie
- Angebotserstellung

Voraussetzungen Grundlagen in einer der Bereiche:
Vertrieb, Marketing, Produktmanagement, Projektmanagement

Dauer 1 Tag (7 Stunden inkl. Pausen)

Teilnehmerzahl Max. 10, (Auf Anfrage können auch Gruppen bis 16 Teilnehmer betreut werden)

Trainingsform Live, Ort: Kunde oder BidBox | Online | Online Module

Trainingsmodule

- 1. Angebotsprozess**
 - Öffentliche Ausschreibung
- 2. Opportunity Management**
 - Plan to Win
 - Executive Summary
- 3. Angebotsmanagement**
 - Angebot planen
 - Angebot schreiben

Lernziele

Nach diesem Kurs kann der Teilnehmer:

- Erfolgreiche Angebote für öffentliche Ausschreibungen erstellen.
- Komplexität der Erstellung erfolgreicher großer Angebote erkennen.
- Eine strukturierte Vorgehensweise in der Angebotsbearbeitung umsetzen.
- Identifizierung von Informationen über den Kunden, das Projekt und den Wettbewerb benennen, die für das Angebot relevant sind.
- Rollen und Aufgaben der verschiedenen in einer strukturierten Angebotsbearbeitung Mitwirkenden beschreiben.
- Kernaufgaben des Angebotsmanagements:
 - Informationsgewinnung, Angebotsstrategie, Teamaufbau, Executive Summary, Angebotserstellung beschreiben und in grundlegenden Anwendungsfällen durchführen.

Methodik

- Vermittlung von theoretischem Wissen
- „Story Telling“ - Praxisbeispiele
- Verbindung der Theorie mit Alltagspraxis (Diskussion und Beispiele im Kontext „reales Geschäftsleben“)
- Anwendung und Selbstüberprüfung des Gelernten an Fallbeispielen (Individual- und Gruppenübungen).
- Arbeit in Workgroups - Online und Seminarraum