

Weiterführende Fachseminare

➔ Informations-, Zeit- und Selbstmanagement

10. – 11.05.2012 Rüsselsheim
03. – 04.09.2012 Hildesheim
07. – 08.11.2012 Heidelberg

➔ Aufbau- und Ablauforganisation von Unternehmen

12. – 13.06.2012 Rüsselsheim
18. – 19.09.2012 Ettlingen
20. – 21.11.2012 Hannover

➔ Rechtsgrundlagen für Führungskräfte

01. – 02.03.2012 Berlin
18. – 19.06.2012 Nürnberg
13. – 14.09.2012 Hamburg
08. – 09.11.2012 Rüsselsheim

➔ Kundenorientierung für Führungskräfte

22. – 23.03.2012 Leipzig
26. – 27.11.2012 Bonn

➔ Grundlagen des Projektmanagements

20. – 21.03.2012 Hannover
26. – 27.09.2012 Dresden
27. – 28.11.2012 Bonn

➔ Vernetzt denken, handeln, planen

15. – 16.03.2012 Hamburg
04. – 05.09.2012 Augsburg

➔ Grundlagen des Geschäftsprozessmanagements

18. – 19.04.2012 Hamburg
25. – 26.09.2012 Rüsselsheim

Veranstalter

DVGW-Akademie

Luisen-Carree
Robert-Koch-Platz 4
10115 Berlin

Telefon: 030/79 47 36 -61
Telefax: 030/79 47 36 -69

akademie@dvgw.de
www.dvgw-akademie.de

Deutscher Verein des
Gas- und Wasserfaches e.V.



➔ www.dvgw-akademie.de

Gestaltung: www.mehrwert.de · Titelmotiv: © weier.com/Adam Radasajewic

FACHSEMINAR

Strategische Positionierung

– Geschäfte auf Wettbewerbsvorteile
ausrichten –

19.03.2012 · Augsburg
16.10.2012 · Hildesheim

ZIEL

Das Portfolio der Versorgungsunternehmen entwickelt sich in Richtung neuer Produkte und Dienstleistungen. Es bleiben immer die gleichen Fragen: Womit erzielen wir den höchsten betriebswirtschaftlichen Nutzen. Hierzu bedarf es einer systematischen und strategisch abgeleiteten Vorgehensweise.

Es reicht also nicht, einfach das Geschäft „auf Sicht“ zu betreiben. Es ist vielmehr erforderlich, immer wieder neu zu überdenken, was in Zukunft gefordert wird und auf welche Besonderheit das Geschäft ausgerichtet werden soll.

Damit hier nicht rein intuitiv gehandelt wird und eine nachvollziehbare und belastbare Perspektive entstehen kann, sollten der Ansatz, die Methoden und das Vorgehen der „Strategischen Positionierung“ zur Anwendung kommen. Sie gewährleistet, dass alle Beteiligten über das Tagesgeschehen hinaus Orientierung haben, wohin die Reise geht, sich mit auf den Weg machen und aktiv beteiligen.

ZIELGRUPPE

Fach- und Führungskräfte aus dem Energie- und Wasserfach

REFERENT/IN

Karlheinz Weißer, Konstanz

SEMINARDAUER

1 Tag: 10:00 – 18:00 Uhr

ABSCHLUSS

Teilnahmebescheinigung

SEMINARINHALTE

➔ Zweck der Positionierung

- Charakterisierung und Zweck der strategischen Orientierung
- Anwendungsmöglichkeiten
- Überblick zu Methoden und Systematik
- Aufzeigen des Nutzens

➔ Segmentierung

- Unterschiedliche Kunden/Leistungen mit unterschiedlichem Bedarf/Nutzen erfordern unterschiedliche Geschäftsmodelle

➔ Externe Analyse

- Was sich im Geschäftsfeld tut, wie die Spielregeln sind und worauf es besonders ankommt
- Kritische Erfolgsfaktoren

➔ Interne Analyse

- Wie sich die derzeitige Leistung darstellt, welche Fähigkeiten gut und welche weniger gut beherrscht werden

➔ Standortbestimmung

- Welche Position im Vergleich mit den Wettbewerbern derzeit eingenommen wird

➔ Strategische Maßnahmen und Ziele

- Was über das Tagesgeschäft hinaus besonders getan und erreicht werden soll, um der Strategie zu entsprechen

ORGANISATION

➔ Anmeldung

bis 4 Wochen vor Seminarbeginn

➔ Unterlagen

Spezielle Unterlagen werden zu Beginn des Fachseminars ausgegeben.

➔ Preise

€ 560,- für Unternehmensmitglieder

€ 630,- für Nichtmitglieder

➔ Unterkunft

Hierzu erhalten Sie Hinweise mit der verbindlichen Buchungsbestätigung. Übernachtungen sind selbst zu reservieren und vom Teilnehmer direkt zu bezahlen.

Bitte beachten Sie unsere Teilnahme- und Zahlungsbedingungen.