

Wer Entscheidungen fällt, hat Einfluss auf die gesamte Organisation. Wie und warum?

Sechs kapitalintensive Unternehmen konkurrieren um Kunden in einem schnelllebigen Markt mit hohem Wettbewerbsdruck. Die Teilnehmer übernehmen die Rolle eines Management-Teams – einschließlich Finanz-, Produktions-, Marketing- und Konzernleitung. Ihre Herausforderung besteht darin, zur richtigen Zeit die richtigen Investitionen zu tätigen - und die gewünschte Rendite zu erzielen.

Die Teams steuern alle strategischen, operationellen und finanziellen Variablen, die zur Kostensenkung und Durchdringung neuer Märkte beitragen.

Schwierige Investitionsentscheidungen stehen bevor:

- Jetzt investieren... oder später?
- Alle Märkte verfolgen... oder nur ein paar?
- Marktführer sein wollen... oder frühzeitig dem Trend folgen?
- Effiziente Fertigungsstraßen bauen... oder flexible Flow Shops?
- Geld leihen... oder erst verdienen?
- Beim Altbewährten bleiben... oder immer auf dem neuesten Stand?

Die Teams lernen, wie sich Geschäftsberichte und Finanzkennzahlen besser als Planungswerkzeuge einsetzen lassen, um die Produktivität und Rentabilität über einen 10-Jahres-Zeitraum zu verbessern. Durch die Zusammenarbeit steigern die Teilnehmer ihr Bewusstsein für die Komplexität abteilungsübergreifender Finanzbeziehungen.

In diesem Prozess verstehen sie, was es heißt, gemeinsam an einem Strang zu ziehen – und wie sie ihre neuen Fähigkeiten und Erkenntnisse im wirklichen Geschäft einsetzen können.

An einem Strang ziehen



Was unsere Kunden sagen:

“Man weiß, dass das Programm effektiv ist, wenn Mitarbeiter aus der Fertigung, aus dem Verkauf und dem Marketing für die gegenseitigen Bedürfnisse sensibilisiert werden und verstehen, wie die anderen arbeiten.”

– Manager, 3M

“Wir fanden Celemi Decision Base™ extrem wertvoll. Durch die Erfahrung, was es heißt, die Aufgaben des leitenden Managements zu übernehmen, haben unsere Verkaufsmitarbeiter den Arbeitshintergrund unserer Kunden neu zu würdigen gelernt und ihre Fähigkeit ausgebaut, die Sprache des Kunden zu sprechen. Wir haben von jedem Verkaufsvertreter bei Oracle USA verlangt, an dieser Schulung teilzunehmen. Sie war einfach außergewöhnlich.”

– Verkaufsleiter, Oracle

“Ich verstehe nun besser, welche Auswirkungen mein persönliches Handeln auf die Finanzergebnisse hat und hoffe, Verbesserungsmöglichkeiten zu finden... Ich würde mir wünschen, dass jeder an dieser Schulung teilnimmt. Gutes Material, um das Verständnis von Finanzbegriffen und betriebswirtschaftlichen Wechselwirkungen zu erweitern.”

– Teilnehmer, Hewlett Packard

Wer hat etwas davon?

- Alle Mitarbeiter mit finanzieller Verantwortung in Fertigungs-, Produktions- oder anderen, kapitalintensiven Unternehmen können funktionsübergreifende Kenntnisse ausbauen und ihren Sprachgebrauch an das allgemeine Vokabular für die Leistungsbewertung anpassen.
- Verkaufsmitarbeiter, Dienstleistungsanbieter und Berater verbessern ihr Verständnis für das Geschäftsumfeld ihrer Kunden.
- Unternehmen, die neue IT-Architekturen einführen, können Celemi Decision Base™ einsetzen, um "heiße Eisen" zu finden.
- Wirtschaftshochschulen, Corporate Universities und Konzernakademien können das Programm als Teil ihrer Aus- und -Fortbildung für das Management, zur Einführung und Anwendung von Strategien, Betriebswirtschaft und Finanzkompetenzen einsetzen.

Schlüsselergebnisse

- Steigerung der Leistungsfähigkeit durch bessere Teamarbeit, Kommunikation und Koordination.
- Ausrichtung auf das "Big Picture" im Großen und Ganzen und ein tiefer gehendes Verständnis von Strategie und taktischen Initiativen.
- Bessere Entscheidungen in Hinblick auf die optimale Verteilung begrenzter Ressourcen.
- Schnellere Reaktion auf interne und externe Kundenbedürfnisse.
- Höheres Fachwissen und finanzieller Sachverstand.
- Eingehendes Verständnis der Auswirkung von finanziellen Entscheidungen auf das Gesamtgeschäft.

Schlüsselkonzepte

- Marktanteil
- Rentabilität
- Kapitalrendite
- Cash Flow
- Kapitalkosten
- Gesamtkapitalrentabilität aus Märkten, Erzeugnissen und Produktion
- EVA™ (Economic Value Added), optional
- CVA™ (Cash Flow Value Added), optional
- NPV (Net Present Value), optional
- ABC (Activity-Based Costing), optional

**Fakten****Material**

Auf Karten basierende Unternehmenssimulation

Teilnehmerzahl

Sechs konkurrierende Teams, 12-24 Teilnehmer insgesamt. Es können mehrere Seminare gleichzeitig abgehalten werden.

Teilnehmer

Führungskräfte und andere Mitarbeiter in Entscheidungspositionen.

Zeitbedarf

2-2,5 Tage, entsprechend einem Zeitraum von 10 Geschäftsjahren.

Seminarleitung

Von Celemi zertifizierte Trainer.

Sprachen

Wir übersetzen unsere Produkte fortwährend, bitte fordern Sie eine aktuelle Liste an über: www.celemi.com

**CELEMI**

THE POWER OF LEARNING