

AMC Business-Training

Zukunft gestalten mit Think Tanks

Instrumente und Techniken für die Assekuranz

17. & 18.03.2010, AMC Düsseldorf, Münsterstr. 304, 40470 Düsseldorf

Think Tanks sind „Denkfabriken“, in denen eine Gruppe von Einzelpersonen gemeinsam neue Konzepte, Strategien oder Innovationen entwickelt. Ursprünglich wurden Think Tanks in den USA im politischen Bereich eingesetzt, z.B. zu wirtschafts- oder außenpolitischen Themen. Später fand der Begriff auch Anwendung bei Forschungseinrichtungen, Start-ups im Silicon Valley und bei innovativen Unternehmen.

Ziele/Nutzen. Nach diesem Business-Training haben die Teilnehmer

- einen Überblick zu Nutzen und Funktionsweise von Think Tanks erhalten,
- fundierte Informationen zur methodischen Vorgehensweise sowie praxisrelevante Tipps bekommen,
- umfassende Kenntnisse gewonnen zu Instrumenten und Methoden, die in Think Tanks eingesetzt werden.

Zielgruppen. Das Business-Training ist gedacht für Führungs-/Fachkräfte aus

- Geschäftsführung / Vorstand
- Marketing / Produktmanagement / Vertrieb
- Produktentwicklung / Innovationsmanagement
- Personal / Personalentwicklung / Organisationsentwicklung.

Der Referent. Dipl.-Kfm. Sven Poguntke studierte BWL an den Universitäten Mannheim und North Carolina. In den USA setzte er sich erstmals mit Kreativitätstechniken auseinander. Er arbeitete als Hochschuldozent an der FH Merseburg, im strategischen Marketing eines Verkehrsdienstleisters und als Senior-Consultant bei einer Managementberatung. Seit 2004 ist er selbständig als Business Development Consultant. Er ist Autor mehrerer Veröffentlichungen u.a. zu Ideenmanagement, Verkaufsförderung und Kundenbindungsstrategien.

Termine/Tagungsort/Konditionen. 17.03.2010, 10:00 - 17:00 Uhr und 18.03.2010, 9:00 -16:00 Uhr beim AMC, Münsterstraße 304, 40470 Düsseldorf.

Konditionen. Für das zweitägige Seminar für AMC-Mitglieder pro Person 1.250,- €, für Nicht-AMC-Mitglieder p.P. 2.250,- €. Nach Eingang der Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bei Stornierung der Teilnahme bis zwei Wochen vor Veranstaltungsbeginn berechnen wir 50%, danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers die volle Gebühr. Die Vertretung eines angemeldeten Teilnehmers ist möglich. Änderungen oder Absage vorbehalten. Bei Absage der Veranstaltung seitens des AMC wird die Teilnahmegebühr zurückerstattet, darüber hinausgehende Ansprüche bestehen nicht. Alle Preise zzgl. gesetzlich gültiger MwSt.

Preisnachlässe. Bei Buchung bis 15.01.2010 gewähren wir 10% Frühbucherrabatt. Die dritte angemeldete Person eines Unternehmens zahlt lediglich 50%.

Antwortfax an Stefan Raake, AMC: 0211-690750-50

Ja, wir nehmen an der Veranstaltung zu obigen Konditionen mit ____ Person(en) teil.

Name / VU

2. Person

Telefon / eMail

Unterschrift

Stand 11/2009. Änderungen vorbehalten. Ansprechpartner: Stefan Raake, AMC, Tel. 0211-690750-71.

Zukunft gestalten mit Think Tanks

Instrumente und Techniken für die Assekuranz

17. & 18.03.2010, AMC Düsseldorf, Münsterstr. 304, 40470 Düsseldorf

Inhalte Tag 1 (17.03.2010, 10:00 bis 17:00 Uhr)

Die Historie: Basics & Facts zu Think Tanks

- Was sind Think Tanks?
- Wo kommen Think Tanks ursprünglich her und welche Bedeutung haben sie heute?
- Was zeichnet erfolgreiche Think Tanks aus?

Der Business-Kontext: Think Tanks in der unternehmerischen Praxis

- Business Evolution: Die Notwendigkeit zur Beschäftigung mit der Zukunft
- Die Zukunftsthemen der Think Tanks: Future Analysis, Vision, radikale oder disruptive Innovation, Strategie, Business Development, Recruitment
- Varianten von Think Tanks: Temporäre Projektgruppe bis eigenständige Bereiche

Das Einsatzspektrum: Beispiele für unternehmerische Think Tanks

- Professionell und eigenständig: Think Tanks bei DB Research, BMW, Xerox Parc)
- Kreativ und verrückt: Start-ups, Denkschmieden und Garagenfirmen (z.B. Ideo)
- Experimentell und projektbezogen: Yahoo, Procter&Gamble`s Clay Street Think Tank, Tchibo Think Tank 2007
- Unterstützend und beratend: Futurelabs und Zukunftsinitiativen

Die Vorbereitung: Planung eines Think Tanks

- Die Situation überdenken: Werte, Unternehmens-, Fehler- und Risikokultur im Kontext
- Den Rahmen abstecken: Ziele, Zeit, Ressourcen und Themen
- Die Notwendigkeit erkennen: Anderes sein
- Die Chancen erkennen: Lust auf radikal Neues

Die Menschen: Querdenker, Intrapreneure und Visionäre im Tank

- Diversität und Heterogenität: Der Mix ist entscheidend
- Gruppendynamik und Teambuilding: Die Voraussetzung schaffen
- Kreativität und Enthusiasmus: Den Flow-Effekt nutzen
- Neugierde und Wissen: Die richtigen Fragen stellen
- Freiräume und Führung: Den Arbeitsrahmen setzen

Der Toolkasten: Hilfsmittel und Techniken für die Arbeit im Think Tank

- Zukunftsanalyse: Zukunftsfaktoren, Trendforschung, Delphi-Methode, Strategische Frühaufklärung, Weak Signals, Szenario-Analyse, Road Maps
- Laterales Denken: Kreativitätstechniken

Inhalte Tag 2 (18.03.2010, 9:00 bis 16:00 Uhr)

Der Toolkasten: Hilfsmittel und Techniken für die Arbeit im Think Tank (Forts.)

- Visionsentwicklung: Future-Vision-Steps
- Diskontinuitätenanalyse: Wild Cards, Strategic Business Wargaming, Risiken in Chancen verwandeln
- Geschäftsfeldentwicklung: Mix-it-Ansatz, Regeln brechen, Business Stars Analyse (z.B. Apple, Google, Virgin, Toyota, Hidden Champions), Rockefeller Prinzip, Blue Ocean Strategy
- Weitere Hilfsmittel: Unternehmenswikis, Innovation-Blogs, Communities, Open Source Ansatz, Fast Innovation, Lead-user

Die Umsetzung: Ergebnisse des Think Tanks für die Unternehmensstrategie

- Die Vernetzung zur Organisation sicherstellen: kommunizieren, treiben, interessieren
- Von Visionen zu Unternehmens- und Marktstrategien der Zukunft
- Die Akzeptanz sicher stellen: Einwandargumentation

Die Nebenprodukte: Verwertungschancen realisieren statt Papierkorb füllen

- Brillante Produkt- und Geschäftsideen ohne Nutzen für das eigene Unternehmen
- Neue Vermarktungschancen nutzen: Lizenzgeschäft, Verkauf, Strategische Allianzen

Mit Workshop: Planen Sie Ihren eigenen Think Tank für Ihr Unternehmen.