

TAE

Technische
Akademie
Esslingen
**Weiterbildung
mit Zertifikat**



Unterstützt durch das
Wirtschaftsministerium
Baden-Württemberg aus Mitteln
des Europäischen Sozialfonds
Ziel 3



In Kooperation mit dem Fraunhofer-Institut für
Arbeitswirtschaft und Organisation, Stuttgart

Maschinenbau, Fahrzeugtechnik und Tribologie

Mechatronik und Automatisierungstechnik

Elektrotechnik, Elektronik und Energietechnik

Informationstechnologie

Medizintechnik

Bauwesen

Betriebswirtschaft und Arbeitskompetenz

Management und Führung

Fachreferent/-in für Dienstleistungsmanagement/ Service Engineering (TAE)

Erfolgreich Dienstleistungen entwickeln
und international vermarkten

1. berufsbegleitender Zertifikatslehrgang

5 Präsenzphasen

Lehrgang

in Ostfildern-Nellingen,
An der Akademie 5

15. Februar bis 28. Juni 2008

Veranstaltung Nr. 33421.00.001

Fachreferent/-in für Dienstleistungsmanagement/ Service Engineering (TAE)

In der Wettbewerbsarena erfolgreicher Unternehmen gewinnen anspruchsvolle Produkt-Dienstleistungs-Angebote stark an Bedeutung. Insbesondere die Verzahnung technologisch-komplexer Produkte mit intelligenten Dienstleistungen in Form hybrider Leistungsangebote schafft nachhaltige Differenzierungs- und Wettbewerbsvorteile.

Die erfolgreiche Entwicklung und Vermarktung solcher innovativer Dienstleistungen ermöglicht den nachhaltigen Aufbau und Ausbau einer hervorragenden Marktposition.

Als Vorteile sind vor allem zu nennen:

- > Innovative Dienstleistungen schützen den Anbieter vor Konjunkturinbrüchen und profilieren seinen Markt- und Markenauftritt
- > Dienstleistungen garantieren komfortablere Margen, gerade im Maschinen- und Anlagenbau lassen sich deutlich höhere Umsatzrenditen erzielen.
- > Den Produktlebenszyklen stehen sehr viel längere Servicezyklen gegenüber. Dies sichert Umsätze auch über die Zeit der Produktvermarktung hinaus.

Die meisten Unternehmen, unabhängig von Branche und Größe, beginnen erst langsam mit dem eigenen Aufbau von Service-Kompetenzen bzw. mit dem Management von Service-Geschäftsmodellen in Wertschöpfungsnetzwerken. Dienstleistungs-Know-how findet sich – wenn überhaupt – im Vertrieb oder im Marketing, seltener jedoch in den wertschöpfenden Kernprozessen der Unternehmen. Die hier angebotene Weiterbildung schafft die Grundlagen für das Verständnis dienstleistungsorientierter Wertschöpfungsformen, versachlicht Grundsatzentscheidungen und gibt Werkzeuge und Methoden für die Umsetzung von Service-Konzepten an die Hand.

Lehrgangskonzept

Die 5 Module dieses Lehrgangs finden jeweils Freitag und Samstag über einen Zeitraum von ca. 4 Monaten statt. Sie sind so aufgebaut, dass ein lebendiger Wechsel aus Gruppenübungen, Fallstudien und aktuellen empirischen Befunden zum State of the Art des Dienstleistungsmanagements und Service Engineering gewährleistet ist. Das Motto lautet: Anwendung und Umsetzung erfolgserprobter Tools durch vielfältige Lerntransfers aus der Praxis für die Praxis.

Basiswissen wird in kompakt gestalteten Präsenzphasen erworben und in Eigenregie nachgearbeitet. Gruppenarbeiten, Planspiele, Fallstudien und Diskussionen mit Praktikern sichern die adäquate Umsetzung im eigenen Unternehmen. Erfahrene Gastreferenten runden die Seminartage ab und bieten in ihren Praxisvorträgen die Möglichkeit für einen zusätzlichen Erfahrungsaustausch. Auf der Grundlage einer Kurzpräsentation vor Lehrgangsleitung und Teilnehmergruppe bestätigt das Zertifikat „Fachreferent/-in für Dienstleistungsmanagement/Service Engineering (TAE)“ den Teilnehmern die erfolgreich erworbene Zusatzqualifikation.

Teilnehmerkreis

Fach- und Führungskräfte aus der mittelständischen Industrie und der Dienstleistungswirtschaft. Die Teilnehmer sind strategisch oder operativ mit der Entwicklung, Vermarktung und Erstellung von Dienstleistungen befasst.

Fachkursförderung

Für den Lehrgang wird beim Wirtschaftsministerium eine EU-Fachkursförderung für kleine und mittlere Unternehmen und Existenzgründer aus Baden-Württemberg beantragt (30% aus der Lehrgangsgebühr, 50% für über 50-Jährige).

Lehrgangsleitung

Dipl.-Soz.-Wiss. Bernd Bienzeisler
Fraunhofer IAO, Stuttgart
Bereich Dienstleistungsmanagement

Referenten

Dipl.-Wirtsch.-Ing. Inka Mörschel
Dipl.-Soz.-Wiss. Bernd Bienzeisler
Dr.-Ing. Christian van Husen
Dipl. oec. Daniel Zähringer
Alle Fraunhofer IAO Stuttgart
Bereich Dienstleistungsmanagement

Dr. Michael Schmid
Beratung für Personal, Organisation und
Innovation
Research – Training – Coaching, Nagold

Dipl.-Ing. Friedrich Stein
stein management und beratung, karlsruhe

Gastvorträge

Ministerialrat Konrad Roth
Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg
Referat Dienstleistungswirtschaft/
Finanzierung der Wirtschaft

Dr. Werner Brettreich-Teichmann
Fichtner IT Consulting AG

Haigo Hofmann
Océ Document Technologies GmbH

Dr. Reinhard Hübner
Siemens Automation and Drives

Julie Lipinsky
Drees & Sommer AG

Lehrgangszeiten

Freitag: 9.00 bis 18.00 Uhr
Samstag: 8.30 bis 15.00 Uhr

1. Voraussetzungen der Dienstleistungsproduktion

- > Strategische Grundsatzentscheidungen und Weichenstellungen für die Serviceproduktion
- > Warum werden Dienstleistungen immer wichtiger?
- > Was unterscheidet Dienstleistungen von materiellen Produkten?
- > Konsequenzen für Entwicklung und Produktion anspruchsvoller Dienstleistungen mit Alleinstellungs-Anspruch
 - > Dienstleistungsrelevante Innovationskonstellationen
 - > Merkmale eines durchgängigen Innovationsprozesses für das professionelle Service Engineering
 - > Integration von Kunden- und Mitarbeiterwissen in das Service Produkt
 - > Anforderungen an ein professionelles Management der Entwicklung von Service-Produkten

2. Dienstleistungsarten und deren Auswahl für das eigene Unternehmen

- > konsumtive Dienstleistungen
- > Typologie industrieller Dienstleistungen
 - > einfache produktorientierte Dienstleistungen
 - > nutzungsorientierte Dienstleistungen
 - > Instandhaltungsdienstleistungen
 - > Betreibermodelle
 - > Kombination materieller Produkte + Dienstleistungen zu hybriden Produkten
- > Auswahl geeigneter Dienstleistungen/ Service-Produkte für das eigene Unternehmen



3. Grundlagen des Dienstleistungsmarketing

- > Marketingrelevante Typologisierung von Service-Produkten (Markt- vs. Betriebsneuheit, technology-push vs. market-pull)
- > Zielsetzunggerechte Positionierung
- > Analyse des Marktpotentials
- > Timing des Markteintritts
- > Operatives Marketing für innovative Dienstleistungen/Service-Produkte (Leistungs politik, Kommunikations politik, Preis politik, Distributions politik, Innovation-scontrolling)

Lernziele

- > Bedeutung von Dienstleistungen erkennen
- > Dienstleistungsarten kennenlernen
- > Auswahl für das eigene Unternehmen treffen
- > Bedeutung der Kundenintegration als herausragende Voraussetzung des Service Engineering erkennen
- > relevante unternehmensinterne Voraussetzungen auf Managementebene identifizieren
- > Ansatzpunkte für neue Service-Produkte im eigenen Unternehmen erkennen
- > das Instrumentarium des Service Marketing kennen lernen

Referenten

**Dipl.-Soz.-Wiss. Bernd Bienzeisler
Dr. Michael Schmid**

Dienstleistungsinnovation: Ideenfindung und Ideenbewertung für neue Service-Produkte

Freitag, 14. und Samstag, 15. März 2008

1. Neue Dienstleistungsfelder im Unternehmen identifizieren

- > Anlage eines Service-Portfolios
- > bereits vorhandene eigene Service-Produkte
- > Art und Umfang dieser Service-Produkte (add-on/bezahlt/Umsatzanteil/Rentabilität)
- > vorhandene Angebote anderer Anbieter (kopierbar, adaptierbar?)
- > Welche Eigenentwicklungen sind möglich (Aufwände, Kosten, Ressourcen, Zeithorizont)?
- > erste Priorisierung möglicher Entwicklungen
- > Potentiale und Grenzen des Outsourcing von Dienstleistungen

2. Selektion von potentiellen Service-Produkten durch Ideenbewertung

- > Nutzenanalyse aus Kundensicht
- > Machbarkeitsuntersuchung
- > Ergründung des Marktpotentials
- > Konformität mit dem Unternehmenskonzept
- > Untersuchung der Vertriebsstrukturen und Marktkenntnisse
- > Wettbewerbsanalyse und Abschätzung der Reaktion auf den Markteintritt
- > Abschätzung der Wirtschaftlichkeit

Lernziele

- > Informationsquellen identifizieren, Bedeutung und Nutzen beurteilen können
- > potentielle Dienstleistungsfelder im Unternehmen erkennen, Instrumente, Methoden und Vorgehensweisen nutzen können
- > Methoden der Selektion und Ideenbewertung zur Identifikation ertragreicher Servicefelder kennen und nutzen lernen

Referenten

Dipl.-Wirtsch.-Ing. Inka Mörschel
Dr. Michael Schmid

Service-Design und -Engineering: Service-Produkte gestalten und entwickeln (I)

Freitag, 11. und Samstag, 12. April 2008

1. Grundlagen

- > Definition von Service Engineering
- > typische Problemfelder im Service Engineering
- > Systematik der Entwicklung von Service-Produkten
- > Fehlervermeidung im Entwicklungsprozess/ FMEA
- > Einbringung von Kundenanforderungen: Quality Function Deployment (QFD)
- > Schrittfolge des Entwicklungsprozesses: Produktmodell, Prozessmodell, Ressourcenkonzept und Marketingkonzept erstellen

2. Vorgehensmodelle für die Entwicklung von Service-Produkten

- > Ideenfindung und -bewertung
- > Anforderungen definieren
- > Design des Service-Produkts
- > Einführung des Service-Produkts
- > Dienstleistungserbringung
- > Ablösung des Service-Produkts
- > Prozessmodell

Lernziele

- > die Entwicklungssystematik von Service-Produkten verstehen und nutzen können
- > Kundenanforderungen in das Service-Produkt einbringen und Fehler frühzeitig identifizieren und vermeiden können
- > Vorgehensmodelle des Service Engineering verstehen und auf die eigene betriebliche Situation anwenden können

Referent

Dr.-Ing. Christian van Husen

Service-Design und -Engineering: Service-Produkte gestalten und entwickeln (II)

Freitag, 30. und Samstag, 31. Mai 2008

3. Methoden und Instrumente des Service Engineering

- > Anforderungsanalyse
- > Entwicklungshandbuch
- > Service-Blueprint
- > Prozessmodellierung
- > Cross-Selling-Management
- > dialogorientiertes Kundenmanagement mit Lead Usern, Customer Focus Groups, Kundenforen u. ä.

4. Projektmanagement für die Entwicklung von Service-Produkten

- > Projektorganisation in Entwicklungsprojekten
- > Rollen, Aufgaben und Erfolgsfaktoren im Projekt
- > Umfeld, Projektziele, Prioritäten, Projektauftrag und Kick-Off
- > Aufgaben strukturieren, Ablauf festlegen, Zeiten, Ressourcen und Kosten planen
- > Projektregelkreis, Projektstatus und Reviews
- > Projektabschluss: Erfahrungen auswerten und nutzbar machen
- > Chancen und Risiken erkennen

Lernziele

- > Service Engineering durch Anwendung erprobter Methoden und Instrumente praktisch umsetzen können
- > Methoden und Instrumente des Projektmanagements in der Entwicklung verstehen und anwenden lernen

Referenten

Dr.-Ing. Christian van Husen
Dipl.-Ing. Friedrich Stein

Exportfähige Dienstleistungen entwickeln und in den Markt einführen

Freitag, 27. und Samstag, 28. Juni 2008

1. Exportfähige Dienstleistungen/Service-Produkte

- > Struktur des internationalen Dienstleistungsmarktes nach Ländern und Service-Produkten
- > Produktarten und Exportquoten deutscher Dienstleistungsbranchen
- > spezifische Hemmnisse beim Export von Dienstleistungen
- > verschiedene Ansätze zu Systematisierung der Internationalisierung von DL
- > Formen des Exports von Dienstleistung (Franchising, Lizenzvergabe, Direktinvestitionen, Export über Partner, Internet/E-Commerce, Auslandsniederlassungen, Kooperationen)
- > Durchführen von Standortanalysen
- > mögliche Maßnahmen, um Dienstleistungen für internationale Märkte anzupassen
- > Chancen und Risiken bei der Internationalisierung von Dienstleistungen

2. Markteinführung von Service-Produkten

- > Roll out bzw. Auslieferung
- > Customizing von Dienstleistungsprodukten
- > Anlaufüberwachung
- > Monitoring durch laufende Qualitätsüberwachung und Identifizierung von Optimierungspotentialen

Abschlusspräsentation und kollegiales Fachgespräch zwischen Vortragendem, Lehrgangsführung und übriger Teilnehmergruppe



Lernziele

- > exportfähige Dienstleistungen identifizieren und exportgerecht gestalten
- > Chancen und Risiken des Dienstleistungsexportes kennen und managen lernen
- > Exportfähigkeit ausgewählter Service-Produkte langfristig sichern können
- > Markteinführungsprozesse vom Roll out bis zum Monitoring methodisch beherrschen lernen
- > Gelerntes in ein betriebliches Umsetzungsprojekt einfließen lassen und in einer abschließenden Präsentation vor Lehrgangslitung und Teilnehmerkreis präsentieren und verteidigen

Referenten

Dipl. oec. Daniel Zähringer
Dipl.-Soz.-Wiss. Bernd Bienzeisler
Dr. Michael Schmid

Die Entwicklung dieses Lehrgangs wurde gefördert vom Bundesministerium für Bildung und Forschung im Rahmen des Projekts „Services made in Germany“

Sie melden sich an

Bitte nennen Sie	Veranstaltung Nr. 33421.00.001
	Veranstaltungstitel
	Vor- und Nachname
	Anschrift
	Telefon, Telefax, E-Mail
per Post	Technische Akademie Esslingen An der Akademie 5, 73760 Ostfildern
per Telefon	Ursula Prezewowsky Anmeldung +49 711 34008-23
per Telefax	+49 711 34008-27, -43
per E-Mail	anmeldung@tae.de
per Internet	www.tae.de
	Wir reservieren auch Ihr Hotelzimmer.

Wir berechnen

	EUR 2.950,- mehrwertsteuerfrei
	Im Falle einer Förderung wird Ihnen der Förderbetrag aus ESF-Mitteln nach Auszahlung durch das Wirtschaftsministerium erstattet.
	Im Preis sind Arbeitsunterlagen sowie Mittagessen enthalten.
	Kostenloses Parken direkt am Haus.

Ihre Ansprechpartner

organisatorisch	Telefon +49 711 34008-99
fachlich	Dipl.-Soz. Dipl.-Päd. Rainer Uhrmann-Nowak
	Telefon +49 711 34008-71
	E-Mail rainer.uhrmann@tae.de

Sie finden unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen

	im Internet und in der Anmeldebestätigung.
--	--------------------------------------------

Sie erhalten Qualität

	Das Qualitätsmanagementsystem der Technischen Akademie Esslingen ist nach DIN EN ISO 9001:2000 zertifiziert.
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------



Wir bieten mehr

	Besuchen Sie uns im Internet oder fordern Sie die Einzelprogramme der verwandten Themen an.
--	---------------------------------------------------------------------------------------------