Neue Märkte gewinnen – Go-to-Market & Partnermanagement kompakt - Vollzeit - Präsenz

Kurs-Nr. VVIP

Beschreibung

Dieses kompakte, praxisorientierte Seminar vermittelt Ihnen einen strukturierten Einstieg in die erfolgreiche Erschließung internationaler Wachstumsmärkte. Sie lernen, Regionen wie Indien und Westafrika systematisch zu bewerten, potenzielle Vertriebspartner einzuschätzen und tragfähige Kooperationsmodelle vorzubereiten. Mit praxiserprobten Tools und Fallstudien aus verschiedenen Branchen entwickeln Sie erste Leitlinien und Werkzeuge für Ihr Unternehmen, als Grundlage für fundierte Entscheidungen im internationalen Vertrieb.

Hintergrund & Nutzen
In Zeiten stagnierender Heimatmärkte, geopolitischer Unsicherheiten und wachsender Nachfrage in Schwellenländern rückt die strategische Erschließung neuer internationaler Märkte in den Fokus vieler Unternehmen. Zukunftsmärkte wie **Indien oder Westafrika** bieten hohes Wachstumspotenzial – stellen aber auch besondere Anforderungen an Vertrieb, Partnermanagement und interkulturelles Handeln.

Lernziele

Die Teilnehmenden lernen:

- Zielmärkte strategisch zu bewerten und zu priorisieren
- Go-to-Market-Strategien passend zum Unternehmen auszuwählen
- geeignete Vertriebspartner im Ausland zu identifizieren und anzusprechen
- Partnerschaften aufzubauen, zu steuern und zu optimieren
- interkulturelle Herausforderungen souverän zu meistern
- Tools und Vorlagen gezielt für die eigene Umsetzung zu nutzen

Methodik

- Praxisnahe Impulse & kompakte Fachinputs
- Arbeiten mit strukturierten Tools & Vorlagen (z.?B. Marktanalyse-Matrix, Partnerbewertungs-Dashboard, Zielvereinbarung)
- Fallbeispiele aus realen Internationalisierungssituationen
- Gruppenarbeiten, Rollenspiele und strukturierte Reflexion
- Optional: Einsatz von KI-Tools wie bspw. **ChatGPT, Gemini zur Recherche**

Besonderes Plus

- **Tool-Paket**: Partnerprofil-Vorlage, Bewertungsmatrix, Checklisten
- **Branchenübergreifender Praxisbezug**: Maschinenbau, technische Komponenten, Software, Anlagenbau, Medizintechnik
- **Zukunftsorientiert & anwendbar**: Ideal für KMU mit Ambitionen für die internationale Markterweiterung
- **Aufgrund des hohen Praxisanteils ist eine individuelle Übertragung** auf eigene Unternehmensrealität möglich

Standort und Termin

Termin auf Anfrage
Villingen-Schwenningen
Vollzeit - Präsenz

Termindetails

16 Unterrichtseinheiten

Investition

665,-
inkl. Unterlagen

Ansprechpartnerin

Annett Auer-Thoß

07721 922-153
07721 922-9153
auer-thoss@vs.ihk.de

Veranstaltungsort

IHK Akademie

Schwarzwald-Baar-Heuberg
Albert-Schweitzer-Str. 7
78052 Villingen-Schwenningen

Dozenten

- Lars Blumrodt

Förderungen

- ESF Förderung

Neue Märkte gewinnen – Go-to-Market & Partnermanagement kompakt - Vollzeit - Präsenz

Zielgruppe

- Vertriebsleiter:innen, Exportverantwortliche und Business Development Manager:innen
- Technischer Vertrieb mit internationalem Kundenkreis
- Führungskräfte in wachstumsorientierten KMU
- Geschäftsführer:innen, die neue Märkte systematisch erschließen möchten

Inhalt

Modul 1: Marktauswahl & -strategie

- Kriterien zur Marktpriorisierung (z.?B. Potenzial, Risiken, Eintrittsbarrieren)
- Go-to-Market-Modelle: Direktvertrieb, EPC, Agenten, Joint Ventures
- **Fallbeispiel Indien**: Chancen und Herausforderungen für mittelständische Maschinenbauer anhand von konkreten Beispielen
- **Praxisübung**: Erstellung einer Marktanalyse-Matrix anhand realer Szenarien

Modul 2: Partneridentifikation & -bewertung

- Aufbau eines idealen Partnerprofils
- Recherchetools & Plattformen (bspw. Nutzung von LinkedIn, AHKs, Datenbanken, Messen)
- **Fallbeispiel Westafrika**: Aufbau eines Partners in Nigeria; Erfolgsfaktoren & typische Fehler anhand von konkreten Beispielen aus Nigeria und Ghana
- **Praxisübung**: Entwicklung eines Partnerprofils & Qualifizierung mit Bewertungsmatrix

Modul 3: Partnermanagement in der Praxis

- Onboarding, Zielvereinbarungen, Steuerung & Verträge
- Vertriebscontrolling über Partner: KPIs, Motivation & Performance-Checks, Dashboards
- **Rollenspiel**: bspw. Zielvereinbarungs-Gespräch mit einem internationalen Partner[1]
- **Toolset**: Templates für Zielvereinbarungen & Steuerungssheets

Modul 4: Interkulturelle Kompetenz & Kommunikation

- Kulturelle Unterschiede erkennen und produktiv nutzen
- Interkulturelle Vertriebs- & Verhandlungssituationen meistern[2]

Das könnte Sie interessieren

- Sales Manager (m/w/d) - Vollzeit - Präsenz
- Vertriebsleiter (m/w/d) - Vollzeit - Präsenz
- Resiliente Lieferketten im Einkauf - Vollzeit - Präsenz

Kofinanziert von der Europäischen Union

Kofinanziert vom Ministerium für Wirtschaft, Handwerk und Tourismus Baden-Württemberg

07721 922-200

akademie@vs.ihk.de

IHK Akademie
Albert-Schweitzer-Str. 7
78052 Villingen-Schwenningen

- **Fallstudie**: Missverständnisse im Indien-Geschäft; Ursachen & Lösungen
- Reflexion: Anpassung eigener Kommunikation an Zielmärkte

[1] Interaktives Kursformats steht hier im Vordergrund (als Beispiel ist dieses Rollenspiel aufgeführt)

[2] Sensibilisierung auf Unterschiede im interkulturellen Kontext

Abschluss

- IHK-Bescheinigung

Veranstaltung online ansehen

https://www.ihkakademie-sbh.de/weiterbildung/details/neue-maerkte-gewinnen-go-to-market-partnermanagement-kompakt-vollzeit-praesenz_118481

07721 922-200
akademie@vs.ihk.de
IHK Akademie
Albert-Schweitzer-Str. 7
78052 Villingen-Schwenningen