

Nachlese - Planspieltag 29. Juli 2015, Graz

Seit mehr als zehn Jahren setzen wir für unsere Kunden und deren Abteilungen, Projekt- und Führungsteams Planspiele ein. Einerseits um Prozesse und Zusammenhänge innerhalb eines Unternehmens zu simulieren und andererseits um Verbesserungsoptionen im praktischen und zwischenmenschlichen Umfeld herauszuarbeiten.

Die ‚spielerische‘ Arbeit mit den Themen zeigt alle tatsächlichen Problemstellungen und Herausforderungen der verschiedenen Unternehmensbereiche in der Praxis ebenso auf wie unterschiedliche Möglichkeiten, gewisse Situationen zukünftig zu vermeiden oder besser zu meistern.

Die Auswirkung von strategischen und operativen Entscheidungen - insbesondere in typischen Wettbewerbssituationen - werden unmittelbar sichtbar und spürbar.



Auch heuer fand sich wieder eine sehr interessierte und engagierte Teilnehmergruppe ein, um diese höchst effizienten Werkzeuge kennenzulernen und gleich auszuprobieren.

Am Vormittag beschäftigten wir uns mit

Global Strategy,

der **General Management-Simulation.**

Im Verlauf dieses Spiels zeigen sich die Folgen von Entscheidungen über Produktionsplanung, Verkauf, Finanzen, Produkte sowie aller sonstigen strategischen Beschlüsse. Erfolge oder Misserfolge des Unternehmens werden sofort sichtbar insbesondere in der Konkurrenzsituation mit den anderen Unternehmen (Gruppen).

Trainer **Michael Gebel (BTI)** gab einen Einblick in unternehmensrelevante Kennzahlen und sonstige wirtschaftliche Faktoren.



Mit großem Engagement und Umsicht diskutierten die TeilnehmerInnen - unterschiedlicher Branchen und Professionen - über einige maßgebliche Einflussgrößen im Unternehmenskontext und wirtschaftliche Fragen.



In Kleingruppen wird gemeinsam die erste einführende Runde samt theoretischen Ergänzungen durchgespielt. Somit haben alle Beteiligten dieselbe Informationsbasis für die Folgerunden.

Im Rahmen eines Planspiel-Workshops werden danach noch 4 bis 5 Runden/Jahre durchgespielt und die jeweiligen Ergebnisse pro Gruppe (Unternehmen) visualisiert und präsentiert.

Der Vergleich der individuellen Unternehmensergebnisse (pro Jahr) macht die Auswirkungen der unterschiedlichen Strategien rasch sichtbar.



Für **Global Strategy** sollten

- mindestens 2 Tage anberaumt werden.
- Ideal sind 2,5 Tage, so können am Vorabend der theoretische Teil und die Spielaufstellung erfolgen, bevor es dann richtig losgeht.
- In Verbindung mit internen Themen oder speziellen betriebswirtschaftlichen Vertiefungen können auch 3 Tage sinnvoll sein – je nach Erfordernis.
- Sehen Sie das Planspiel „Global Strategy“ als perfekten Einstieg oder Abrundung für eine fundierte betriebswirtschaftliche Ausbildung oder auch nur als Sensibilisierung.

Am Nachmittag zeigte uns zuerst

„Sales ACTivity“ in Form eines Rollenspiels

auf, wie man Zusammenhänge in der Betriebsstruktur
des Kunden erkennt und **erfolgreiche
Vertriebsstrategien** entwickelt und umsetzt.



Verkäufer müssen unternehmerisch denken – auch im Interesse ihrer Kunden. Sales ACTivity baut auf einer typischen Situation im B2B-Bereich auf. Normalerweise schlüpfen die TeilnehmerInnen zwei Tage lange in eine der vielfältigen Rollen von Ein- und Verkauf und versuchen ihre Interessen konsequent zu verfolgen.

Im ersten Schritt geht es darum, sich in der jeweiligen Rolle als Anbieter bzw. Auftraggeber inhaltlich einzuarbeiten. Das erfordert natürlich entsprechende Mühe und Aufmerksamkeit.

Auftraggeber

Jeder Teilnehmer erhält eine persönliche Rollenagenda innerhalb seines Unternehmens – einerseits ein potenzieller Auftraggeber und andererseits mehrere Anbieter.

So werden Stärken und Schwächen im Vertriebsalltag herausgearbeitet und verbessert, eine umfassende wie lösungsorientierte Sichtweise im Umgang mit wichtigen Kunden erarbeitet, Vermittlungs- und Verhandlungsstrategien diskutiert sowie Lösungskonzepte entwickelt



Anbietergruppen



Und nach der anstrengenden ersten Einlesephase in die jeweiligen Rollen - innerhalb der einzelnen Unternehmen - ruft der potenzielle Auftraggeber einen Anbieter nach dem anderen zum Erstgespräch, um Erwartungen, Anforderungen und mögliche Leistungen abzuchecken.



Auftraggeber



Anbieter

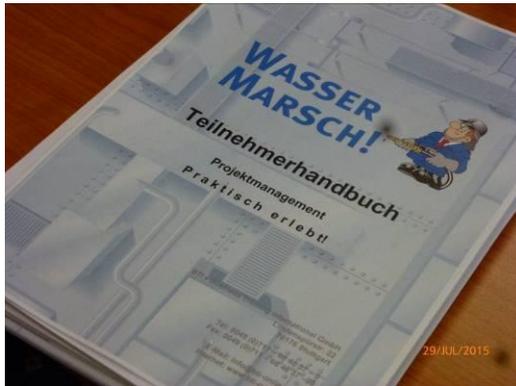
Was folgt ist ein spannender und fordernder Wettbewerb um den Geschäftserfolg. Von der Angebotsphase bis zum Abschluss vermittelt Sales ACTivity, dass Erfolg im Vertrieb das Ergebnis systematischer Arbeit ist.

Durch unmittelbares Feedback der Beobachter und des Trainers wird der Lerneffekt verstärkt, da jeder Teilnehmer auch seine Erfahrungen und Wahrnehmungen einbringt.

Ziel des Planspiels ist es, den Auftrag zu holen!

Für **Sales ACTivity** werden

- 2 Tage benötigt.
- Notwendige Verkaufs-, Verhandlungs- und Abschlusstechniken werden vermittelt und optimiert. Vertriebs- und Präsentationsfähigkeiten werden im praxisnahen und risikofreien Umfeld erweitert, etc.
- Theoretische Ergänzung um Fragetechniken, Lösungs- und Verhandlungsstrategien, Grundlagen eines Preisgespräches, etc.



Abschließend gab uns

„Wasser Marsch“ Projektmanagement erleben“

einen erlebnisreichen und einprägsamen Einblick
in Team- und Projektarbeit.

Dieses Planspiel spiegelt den gesamten Projektalltag: Terminenge, Kostendruck, Ressourcenknappheit, mangelnde Information und Kommunikation, fehlende Visualisierung usw.

Entscheidend ist hier die Fähigkeit der Projektleitung, das Projektteam sicher zu führen sowie die Motivation und Einbindung der Teammitglieder sicherzustellen, um in einer kooperativen Arbeitsatmosphäre eine schnelle und reibungslose Projektabwicklung zu ermöglichen.

Der „Bauherr“ bzw. der Trainer sucht hier unter vorgegebenen Rahmenbedingungen potenzielle Auftragnehmer für sein Brandbekämpfungssystem.



Sehr rasch entstand eine lebhaft Diskussions (sozusagen Projektsitzung) und Konstruktionsplanung mit all den - nicht alltäglichen - Utensilien und mit Spaß! Die Planungsphase wurde etwas verkürzt, denn es ging darum „etwas zu tun“. Teamrollen wurden sehr rasch (evtl. zu schnell ohne Kompetenzabklärung) und intuitiv verteilt/selbst ernannt, Arbeitsgruppen je nach Neigung gebildet und dennoch waren schon bald praktische Ergebnisansätze sichtbar ...



Die TeilnehmerInnen erlebten innerhalb kürzester Zeit sämtliche Themen, denen sie im Alltag immer wieder begegnen – egal ob als Beteiligte oder Betroffener. Es gab einige Déjà-vu's innerhalb des Projektteams und das trotz der kurzen Zeit des gemeinsamen Arbeitens.



Die Situation nach einer Stunde Projektarbeit erweist sich – wie immer – als hochinteressant und grundsätzlich allseits bekannt.

Im Workshop würde nun mit diesen Erkenntnissen eine zweite und dritte Projektphase simuliert werden, bis dann letztendlich punktgenau blaues oder rotes oder grünes Löschwasser am entsprechenden Brandpunkt „Feuer löscht“. Maßgeblich sind der hohe Erlebniswert und die dazwischen anberaumten Reflektionsrunden, welche sich in der Diskussion und Wahrnehmung selbständig um Erfahrungen und Vorsätze bereichern. Ob diese dann auch bis zur dritten Runde halten ...

Für **„Wasser Marsch“ – Projektmanagement und/oder Teambuilding** sollte

- mindestens 1 langer Tag anberaumt werden.
- Ideal sind 1,5 Tage, so können am nächsten Tag die Videosequenzen analysiert werden und vertiefend auf spezielle Themen des ersten Tages eingegangen werden, wie Planungsphase, Kommunikation, Information, Dokumentation etc.
- In Verbindung mit internen Projektmanagement-Prozessen können auch 2 Tage oder mehr sinnvoll sein – je nach Erfordernis.

Wir bedanken uns sehr herzlich für Ihre engagierte Teilnahme an unserem kostenfreien Planspieltag in Graz. Es hat auch uns großen Spaß gemacht und wiederum aufgezeigt, wie schnell völlig fremde Personen aus unterschiedlichsten Branchen in kurzer Zeit in konstruktives Arbeiten kommen und sich einander sehr verbunden fühlen:

Das ist die Erlebniswelt der Planspiele!