

A photograph of three people in a meeting room. A woman on the left wears a yellow and black patterned blouse. A man in the center wears a white shirt and glasses, gesturing with his hand. A man on the right wears a dark suit. They are standing in front of large boards covered with colorful sticky notes and diagrams. A dark circular overlay in the top left corner contains the text '2 Tage'.

2 Tage

STM – Stakeholder Management

Stakeholder Analyse, Stakeholder Mapping &
Stakeholder Kommunikation



STM - Stakeholder Management

BESCHREIBUNG

Worum es geht

Oftmals stellt agile Software-Entwicklung etablierte Teams, Abteilungen und ganze Organisationen vor Herausforderungen: neue Systeme, Arbeitsweisen und Prozesse werden eingeführt. Parallel verändern sich auch die Erwartungen der Nutzer und der Innovationsdruck wächst branchenübergreifend. Führungskräfte tragen in diesem Spannungsfeld zwischen existierenden Strukturen und neuen Herausforderungen eine große Verantwortung, die häufig von Unsicherheit und hohem Druck geprägt ist. In diesem Umfeld kann der bewusst gesteuerte Umgang mit Stakeholdern entscheidend zum Erfolg beitragen.

Was Sie erwartet

In diesem Stakeholder Engagement-Training erhalten Sie eine Einführung in das Stakeholder Management. Dazu gehören neben den Methoden für die Stakeholder Analyse auch Tools und Ansätze für den Aufbau von abteilungs- und organisationsübergreifenden Netzwerken und Kooperationen. Neben dem fachlichen Input erhalten Sie in den Übungsteilen des Seminars praktische Hinweise für die Analyse, den Aufbau und die Steuerung von Stakeholder-Netzwerken. Was Sie lernen werden

Was Sie lernen

Stakeholder Management bedeutet insbesondere im Kontext komplexer Herausforderungen und potenzieller Interessenkonflikte, stets den Überblick zu behalten, um Entscheidungen zielführend und sachbezogen beeinflussen zu können.

Die Grundlage für diesen Überblick bildet eine umfassende Stakeholder Analyse. Anhand ihres eigenen Cases den Sie mitbringen, lernen Sie, wie Sie eine systematische Stakeholder Analyse durchführen und darauf aufbauend Zielbilder entwickeln können. Dazu erhalten Sie ein Repertoire an übersichtlichen Vorgehensweisen und Diagrammen zur Visualisierung komplexer Netzwerke und Zusammenhänge.

Sie lernen, welche Kommunikations-Ansätze und -Tools im Stakeholder Management eingesetzt werden können. Sie erhalten Beispiele, wie man sachbezogene und zielführende Stakeholder-Beziehungen aufbauen und pflegen kann.

Wer teilnehmen sollte

Das Stakeholder Engagement Training richtet sich an Führungskräfte, die Verantwortung für agile Entwicklerteams tragen oder direkt mit ihnen zusammenarbeiten, bspw. Abteilungs- Team- und Projektleiter. Insbesondere sollten Personen teilnehmen, die Entscheidungen des höheren Managements und der Geschäftsführung beeinflussen können. Alle Teilnehmenden sollten einen konkreten Case mitbringen, der in den Übungsteilen durch aktive Mitarbeit untersucht und weiterentwickelt wird.



STM - Stakeholder Management

CURRICULUM

Stakeholder Netzwerke visualisieren

Sie erhalten einen Überblick über Modelle, mit denen Sie Stakeholder und deren Kräfteverhältnisse strukturiert visualisieren können

Praxis: Ausgehend vom Status quo Ihres Cases entwickeln Sie mit Hilfe der Modelle konkrete Zielbilder, markieren Leerstellen und priorisieren die unterschiedlichen Stakeholder Gruppen.

Deep Dive Stakeholder Analyse

Sie lernen, wie Sie mit Erhebungsmethoden (auch teils unbekannte) Netzwerke untersuchen können. Außerdem lernen Sie, wie Sie mit einer systematischen Analyse in vier Schritten einzelne Stakeholder vertiefend untersuchen können

Praxis: Sie führen eine vier-Felder-Analyse durch.

Ziele des Stakeholder Managements

Einleitend lernen Sie die Unterschiede zwischen operativen Zielen und übergreifender Stakeholder Wertschöpfung kennen.

Verhandlung

Sie lernen, wie Sie sich für eine sachbezogene Verhandlung vorbereiten können.

Praxis: Sie bereiten sich für ein Verhandlungsszenario Ihrer Wahl vor.

Deep Dive Stakeholder Wertschöpfung

Sie lernen Ansätze und Strategien kennen, mit denen abteilungsübergreifend mehr Transparenz und Vertrauen aufgebaut werden kann.

Praxis: Sie skizzieren einen langfristigen und übergreifenden Stakeholder Entwicklungsansatz für Ihren Transformationscase und/oder einen konkreten Produktentwicklungsprozess Ihrer Wahl.



STM - Stakeholder Management

ZAHLEN & FAKTEN

On Campus Full-time

- Standard-Preis: € 1.190,00
- Frühbucher-Preis: € 1.090,00
- Dauer: 5 Tage | 7 h pro Tag
- Umfang: 35 h | 46 UE
- Level: Beginner | Intermediate
- Zeiten: Täglich 09:00-17:00
- Sprache: Deutsch
- Trainer: 1
- Min. Teilnehmer: 3
- Max. Teilnehmer: 12

Live Online Full-time

- Standard-Preis: € 990,00
- Frühbucher-Preis: € 890,00
- Dauer: 5 Tage | 7 h pro Tag
- Umfang: 35 h | 46 UE
- Level: Beginner | Intermediate
- Zeiten: Täglich 09:00-17:00
- Sprache: Deutsch
- Trainer: 1
- Min. Teilnehmer: 3
- Max. Teilnehmer: 12

RABATTE

5% bei Anmeldung von 2 Mitarbeitern
10% bei Anmeldung von 3 Mitarbeitern
15% bei Anmeldung von 4+ Mitarbeitern

ZERTIFIKAT

Bei erfolgreicher Teilnahme wird zum Abschluss des Seminars das Zertifikat „*Certified Stakeholder Manager*“ des XDi – Experience Design Instituts vergeben.

STM - Stakeholder Management



TRAINER



Lothar Hartmann

Freier Berater für Strategie und Innovation

In Wirtschaft und Wissenschaft hat Lothar ein breites Spektrum an analytischen und kreativen Fähigkeiten erworben, mit denen er Führungskräften und Teams in unterschiedlichsten Kontexten dabei hilft, passgenaue Lösungen zu entwickeln und umzusetzen. Bereits während seinem Master Studium der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation hat er in einem Multi-Stakeholder Projekt, Maßnahmen für die Kommunikation und den Wissenstransfer in der Metropolregion Hamburg entwickelt.

IHRE BENEFITS

- Erstklassige Trainer mit ausgeprägtem Praxiswissen und langjähriger praktischer Erfahrung im internationalen Kontext
- Lerninhalte didaktisch aufbereitet und kreativ umgesetzt
- Theoretisch fundiertes Wissen praktisch anwenden
- Neueste Ergebnisse der Gehirn-Forschung nutzen
- Coaching- und Mentaltraining-Methoden integriert
- Umfangreiche Seminarunterlagen mit vielen weiteren Tipps, Tricks & Links
- Attraktive Räumlichkeiten mit besonderer Atmosphäre
- Persönlicher, ungezwungener Umgang
- Als Bildungsurlaub anerkannt

UNSER MEHRWERT

Das XDi setzt auf neue, interaktive Lehr- und Bildungsformate, die sich an den aktuellen Erkenntnissen der Hirnforschung orientieren. Unser Credo ist „Learning by Doing“ – die Teilnehmer unserer Seminare lernen die Anwendung relevanter Methoden und Techniken anhand praktischer Übungen in kleinen Teams.

Bei erfolgreicher Teilnahme wird zum Abschluss des Seminars das Zertifikat

„*Certified Stakeholder Manager*“ des XDi – Experience Design Instituts vergeben.

STM - Stakeholder Management



TEILNEHMERSTIMMEN

„Ich bedanke mich herzlich für das wunderbare Seminar. Ich hab sehr viel lernen und mitnehmen können und freue mich auch über die geknüpften Kontakte.“

Rika Stelljes, Digital Marketing Management, HANSA-FLEX AG.

REFERENZEN

Weitere Referenzen und Teilnehmerstimmen auf xd-i.com/referenzen

otto group



Handelsblatt

AKTION
MENSCH

DAIMLER

BOSS
HUGO BOSS

Douglas

CHECK24

adidas
GROUP

Allianz

MITGLIEDSCHAFTEN

