



Leistungsspektrum

Über Nickel Consulting

NICKEL CONSULTING bietet seit 1992 Dienstleistungen für das Management mittelständischer Unternehmen rund um "Organisation und Kommunikation".

Die Dienste konzentrieren sich auf das Spannungsfeld marktorientierter Organisation im Rahmen eines wertorientierten Management; Kostensenkung und Verbesserungen in der Performance sind hierbei die wesentlichen Ansatzpunkte. Wir bieten innovative Lösungen für eine marktorientierte Organisation Ihrer Geschäftsprozesse. Insbesondere nicht-wertschöpfende Tätigkeiten wie Lagerung, Rückfragen, Archivierung und andere Synchronisationen sollten eliminiert werden.

Interdisziplinarität ist Handlungsmaxime: NICKEL CONSULTING arbeitet in einem Netzwerk unabhängiger Berater aus Information und Kommunikation, Medien, Recht und Betriebswirtschaft. Bei Bedarf finden Sie das volle Spektrum einer „großen“ Beratung – mit Flexibilität und Esprit.

Beratung, Weiterbildung, Coaching, Moderation ...



Dipl.-Ök. Sylvia Nickel

Was dürfen wir für Sie tun?

Bildung

Nutzen Sie die Lehrkompetenz aus rund 8 500 Unterrichtseinheiten (UE), welche seit 1992 an Akademien, Universitäten, Colleges und weiteren Bildungseinrichtungen erarbeitet wurde. Im Rahmen des didaktischen Ansatzes erfolgt keine Trennung von Hard Skills und Soft Skills, sondern eine konzeptionelle Gesamtsicht nach der Maßgabe eines umfassenden betriebswirtschaftlichen Verständnisses. Interdisziplinarität, Aktualität und Unabhängigkeit sind die Leitbilder für die Entwicklung individueller Bildungskonzeptionen.

Schwerpunkte sind Mensch, Medien, Marketing und Management.

Stets individuell zusammengestellte und aktualisierte Materialien mit weiterführenden Hinweisen zum Selbststudium auf dem Bildungserver www.2nc.de/tc gewähren einen umfassenden Überblick zum jeweiligen Thema. Ob Seminar, Workshop, Training oder Coaching - aktive Mitarbeit wird ebenso erwartet wie das Lernen aller von allen.

Bieten Sie uns die Herausforderung:

Ihr Bildungsprogramm nach Maß!

Beratung

Beratung ist Dienstleistung und das nehmen wir ernst. Ob Entwicklung oder Prüfung betriebswirtschaftlicher Konzeptionen, Ermittlung tatsächlicher Kosten und SOLL-Größen oder Hilfe vor Ort. Sie erhalten nicht nur guten Rat, sondern auch Taten!

Im Rahmen des Business Consulting übernimmt NICKEL CONSULTING zeitweise Managementaufgaben, z. B. zum Aufbau eines neuen Geschäftsfeldes oder einer Niederlassung. – Über Kommunikation wird nicht geredet, sondern sie wird praktiziert, z. B. im Rahmen einer Reorganisation.

Leistungsrentabilität, Kapitalrentabilität und Portfoliosteuerung sind dabei die Basis des wertorientierten Beratungsansatzes.

Ihr Erfolg ist unser Ziel. Deshalb werden wir nach Maßgabe unserer Grundsätze daran alles setzen:

Ihre Firma nach Maß!

Begleitung

Häufig empfiehlt sich eine Begleitung (Coaching) zur Lösung kleiner und großer Probleme, z. B. Präsentationsgespräche bei potenziellen Auftraggebern, Vertragsverhandlungen über Rahmenverträge oder im Rahmen des Krisenmanagement, Einrichtung und Organisation der EDV, Einarbeitung von Mitarbeitern, bis zur effizienten Nutzung der EDV-Ressourcen für das Marketing: Vom Flyer über die Pressemitteilung bis zum Database Marketing. Coaching versteht sich als Begleitung auf Zeit und nach Bedarf. Die Grenze zur betrieblichen Weiterbildung ist dabei fließend.

Unsere Kompetenzen können Sie im Rahmen eines Coaching-Pakets oder nach Aufwand (Stundensatz) in Anspruch nehmen.

Unsere Begleitung hat letztlich ein Ziel:

Ihre Problemlösung nach Maß!



Grundsätze

Wir fühlen uns den Code of Ethics der seit 1929 aktiven Association of Management Consulting Firms (AMCF) verpflichtet. Unsere Grundsätze:

Objektivität. Wir sind grundsätzlich eigenverantwortlich tätig und akzeptieren in Ausübung unserer Tätigkeit keine Einschränkungen unserer Unabhängigkeit durch Erwartungen Dritter. Objektive Beratungsleistungen setzen Neutralität und Ehrlichkeit voraus: Auch für eine der beteiligten Parteien unangenehme Fakten werden angesprochen und aufgearbeitet.

Unabhängigkeit. Es bestehen keinerlei Provisions- oder Vertriebsvereinbarungen in Zusammenhang mit unseren Beratungsleistungen. Etwaige Empfehlungen bestimmter Anbieter werden allein durch das Kosten-/Nutzenverhältnis für den Kunden bestimmt und sind Ergebnis eines mehrstufigen Selektionsprozesses. Sofern Unternehmen im Ergebnis eines Empfehlungsprozesses genannt werden, an welchen wir beteiligt sind, weisen wir auf diese Tatsache ausdrücklich hin.

Kompetenz. Es werden nur Leistungen durchgeführt, bei denen die für die Bearbeitung erforderlichen Fähigkeiten und Kapazitäten uneingeschränkt bereitgestellt werden können. Wir suchen nach Lösungen, die nach dem Stand der Wissenschaft und der Entwicklung der Branche Ihren Bedürfnissen in bester Weise gerecht werden.

Vertraulichkeit. Alle Informationen über Interna werden streng vertraulich behandelt. Dokumente zum projektinternen Informationsaustausch werden als solche gekennzeichnet und sind von allen Beteiligten nicht an Dritte weiterzugeben.

Klarheit. Klare Projektverantwortlichkeit und realistische Termin-, Kosten- und Leistungspläne gewähren eine effektive Beratung ohne Verwaltungsmehraufwand. Wir erbringen unsere Leistungen nur dann, wenn wir eine realistische Chance für den nutzbringenden Einsatz unserer Leistung für unsere Kunden sehen.

Individualität. Beratungsleistungen sind Dienstleistungen für das Management und keine standardisierten Produkte. Intensive Kooperation in interdisziplinären Teams unter Mitwirkung der Beratenen ist unabdingbare Voraussetzung für die Erfolgswirksamkeit.

Respekt. Wir respektieren das geistige Urheberrecht an Vorschlägen, Konzeptionen und Veröffentlichungen und verwenden solches nur mit Quellenangabe. Diesen Respekt erwarten wir auch von unseren Vertragspart-

nern, ob in Kooperation oder Beratungsleistungen.

Transparenz. Ausreichende Vorgespräche sowie Konsensfähigkeit der am Beratungsprozess Beteiligten sind unabdingbare Voraussetzung für die Übernahme einer Leistung. Wir erbringen mit Ausnahme der Erarbeitung und Abgabe von Angeboten keine unentgeltlichen Leistungen oder andere Leistungen zur Probe. Unsere Honorare bemessen sich nach dem richtigen Verhältnis zur Art und zum Umfang der Leistung und werden prinzipiell vor Auftragsübernahme abgestimmt. Festpreisangebote werden nur dann abgegeben, wenn die Teilleistungen klar definiert und abgestimmt sind.



Daten zum Inhaber

Jahrgang: 1966, geb. in NRW

Studium: Wirtschaftswissenschaft, Marketing & Finanzierung, UNI Duisburg-Essen

Publikationen: Diverse; darunter „Ich-AG“ (ISBN 3-589-23430-X), „Desk Research“ (ISBN 3-589-23521-7), „Erfolgreich in der Nische“ (ISBN 3-589-23693-0); eigene Reihe (ISSN 1611-2008)

1. Herausforderung: Aufbau des Lehrstuhls für Marketing und Handel an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
2. Herausforderung: NICKEL CONSULTING Oberhausen und Halle, Freiberufliche Beratung und Dozententätigkeit
3. Herausforderung: HABITAT Wohnbau GmbH Halle, Denkmalschutzgerechte Sanierung
4. Herausforderung: 4 ADDED Value GbR Halle, Netzwerkaufbau

Neugierig? – Vereinbaren Sie einen Termin!



4 M für Ihre Aus- und Weiterbildung

Aus dem Seminar- und Workshopangebot mit Sylvia Nickel

1 MENSCH

Im Mittelpunkt des ersten "M" steht der Mensch mit seinen Beziehungen zur Außenwelt, — ob als Individuum ("Ich"), als Mitarbeiter ("Wir"), als Vorgesetzter ("Ihr") oder als Repräsentant des Unternehmens ("Sie"). Ob Verhaltensregeln, Kommunikationstechniken, Rhetorik oder Selbstmanagement — alle Veranstaltungen konzentrieren sich auf das Persönliche: der Mensch in seinem Arbeitsumfeld.

- Ich-AG und andere Wege in die berufliche Selbständigkeit. Workshop zum gleichnamigen Buch — mit dem Autor.
- Meetings effizient gestalten. Tipps und Tricks vom MeetingCoach (www.meetingcoach.de)
- Funktionales Büro. So schaffen Sie sich ein funktionales Arbeitsfeld.
- Entspannter arbeiten: Überwindung von Druck und Stress am Arbeitsplatz.
- Geschäftsessen mit Knigge: Stilvoll durch den Beruf. Workshop für Young Professionals.



2 MEDIEN

Medien sind Hilfs- und Kommunikationsmittel. Die effiziente Nutzung neuer Medien wie das Internet und elektronischer Hilfsmittel im Office bildet den Schwerpunkt des zweiten "M". Im Mittelpunkt stehen also Arbeitstechniken und Arbeitsmittel.

- Desk Research: Effiziente Informationssuche und -verarbeitung vom Schreibtisch aus. Workshop zum gleichnamigen Buch — mit dem Autor. Für Führungskräfte, Young Professionals und alle, die recherchieren (müssen).
- Neue Medien im Sekretariat. Von Blauzahn bis Schwarzbeere. Wie Sie mit innovativen Technologien Zeit und Energie sparen.
- E-Learning. Wie Sie mit Internet und Multimedia Wissen generieren. Workshop für Trainer, Dozenten und Bildungsverantwortliche.

3 MARKETING

Marktorientierte Kalkulation, Präsentation und Kommunikation bestimmen das dritte "M". Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Office Management sind beispielhafte Elemente dieser Veranstaltungsreihe.

- Marketing: Grundlagen, Mix, Praxis und PR für die berufliche Erstausbildung
- Marketing mit kleinem Budget. Workshop für Existenzgründer und junge Unternehmen.
- Interne Kommunikation in Veränderungsprozessen
- PR mit einfachen Mitteln. Workshop für junge Unternehmen.
- Office-Marketing: Corporate Design und Funktionalität im Office. Workshop für Assistenz und Young Professionals.
- Kundenorientierung und Kundenmehrwert. Unverwechselbar und Einzigartig — Workshop zur Zielgruppenidentifikation und -pflege.

4 MANAGEMENT

Effiziente Organisation und effektive Unternehmensführung bilden das vierte "M". Hier finden Sie Veranstaltungen zum Management — vom Dienstleistungs- bis zum Produktionsbetrieb, von der Unternehmensgründung, über Expansionsfragen bis zum Krisenmanagement.

- Unternehmensführung und Organisation für die berufliche Erstausbildung
- Erfolgreich in der Nische. Workshop zum gleichnamigen Buch — mit dem Autor.
- Organisationsmodelle — So stellen Sie Ihre Organisation auf den Prüfstand. Seminar für Führungskräfte mittlerer Unternehmen.
- Weniger ist Mehrwert! Wie Sie versteckte Ressourcen mobilisieren. Workshop für Führungskräfte kleiner und mittlerer Unternehmen.

Workshop oder Seminarreihe. Aus- oder Weiterbildung. Fordern Sie Ihr individuelles Programm an.



Existenzgründung

Workshop für Existenzgründer zum Buch „Ich-AG“ – mit Sylvia Nickel

1 ADRESSATENKREIS

Zurzeit werden rund 330.000 Existenzgründer als Ich-AG oder mit dem Überbrückungsgeld gefördert.¹

Der Workshop richtet sich an Personen, die sich freiberuflich oder gewerblich selbständig machen wollen. Von der Entwicklung marktgerechter Leistungen bis zum Businessplan der ersten drei Jahre werden alle Phasen erörtert. Besondere betriebswirtschaftliche Vorkenntnisse sind nicht erforderlich.

Grundlage bildet das Buch: „Ich-AG. Wege in die berufliche Selbständigkeit“ (2. Aufl., Berlin: Cornelsen 2005. ISBN 358923430X) von Sylvia Nickel.

Dabei stehen verschiedene Wege in die berufliche Selbständigkeit im Mittelpunkt des Workshops. Neben Existenzgründungszuschuss und Überbrückungsgeld werden weitere Möglichkeiten der Existenzsicherung sowie der Investitionsförderung erörtert.

2 ZIELSETZUNG

Der Workshop hilft den teilnehmenden Personen, eigenständig und unter Zuhilfenahme des bewährten „Softwarepakets für Existenzgründer“ des BMWA ihren Businessplan zu entwickeln. Darüber hinaus werden die notwendigen Schritte zur Entwicklung eines marktreifen Leistungsprogramms wie die Marktanalyse, die Preisgestaltung sowie erste Präsentationsmaterialien erörtert.

Nach Absolvieren des Workshops sind die Teilnehmenden in der Lage,

- eigenständig den eigenen Businessplan zu formulieren,
- die notwendigen buchhalterischen Methoden anzuwenden sowie
- das Geschäftskonzept zu präsentieren.

Das Konzept folgt dem Leitfaden: Fragen, Fordern, Fördern, Formales, Findiges. Neben Kurzvorträgen kommen Gruppenarbeit, Diskussion und betreute Aufgabenbearbeitung zum Einsatz



3 AUS DEM INHALT

3.1 Ich = Arbeitgeber?

- Sind Sie ein Unternehmertyp?
- Ich-AG und Überbrückungsgeld
- Was Sie als Unternehmer wissen sollten

3.2 Gründen – aber wie?

- Gründungsmöglichkeiten
- Rechtsform, Haftung und Kapital
- Fördern und Fordern: Gründungshilfen
- Gewinnermittlungsprinzipien
- Buchhaltung, Steuern und Abgaben

3.3 Von der Idee zum Konzept

- Informationsquellen
- Idee, Vision und Markt
- Mögliche Kunden
- Investitionen und Kosten
- Markteintritt

3.4 Vom Konzept zum Geschäftsplan

- Wofür ein Geschäftsplan benötigt wird
- Elemente und Anfertigung
- Präsentation des Geschäftsplans

3.5 Fit für die Selbständigkeit?

- Tipps und Tricks zum Entrepreneurial Marketing: Das Unternehmen sind Sie!
- Abschließende Präsentation und Diskussion der Konzepte

4 RAHMENBEDINGUNGEN

Der Workshop ist für eine Teilnehmerzahl von max. 12-15 Teilnehmern konzipiert.

Technische Hilfsmittel: Overhead-Projektor und Moderationstafel, optional Beamer und PC-Kabinett zur Nutzung des BMWA-Softwarepakets.

¹ Quelle: BMWA Pressemitteilung vom 21. Juli 2005. Die Abbrecherquote liegt demnach bei 11 %.



Desk Research

Workshop für effiziente Recherchen zum gleichnamigen Buch – mit Sylvia Nickel

1 ADRESSATENKREIS

Immer mehr Informationen sind in immer kürzerer Zeit zu recherchieren, ob im Studium oder im Beruf. Der Workshop richtet sich alle, die Wirtschaftsinformationen suchen und aufbereiten.

2 ZIELSETZUNG

Sie suchen grundlegende Hinweise für die Recherchemethodik im Internet? Sie wollen gezielt und effizient an für Sie wichtige Informationen gelangen, ohne kostspielige Marktstudien in Auftrag geben zu müssen? – Der Workshop bietet eine systematische Orientierung im Informationsdschungel, denn: Zeit ist Geld, Informationen sind Gold. Es geht also um Erfolg versprechende Datenquellen und Suchstrategien, um den Gebrauch der wichtigsten Auskunftswerkzeuge und um Kriterien für die Analyse und Auswertung der gefundenen Informationen. Den Schwerpunkt bildet die Internetrecherche.

3 MEINUNGEN

"Endlich mal eine klare verständliche Einführung in das Thema, ohne mit Fachbegriffen erschlagen zu werden. Selbst ambitionierte Laien bekommen hier eine vernünftige Grundlage für die Such- bzw. Findemethodik, etwas, was ich bei Büchern a la "5.000.000 Google-Hacks,..." wirklich vermisste. Gerade, weil es kein kurzfristig angelegtes SEO-Buch¹ ist, finde ich es sehr angenehm zu lesen."

„(...)Google ist nicht alles, auch wenn es manchmal so scheinen mag. Auf knapp 200 Seiten wird dem/der Leser/in eine fundierte Such-, nein Finde-Methodik an die Hand gegeben. Desk Research (...) ist manchmal die einzige Möglichkeit, schnell an Fakten über einen Auftraggeber, seine Konkurrenz und seine Branche zu gelangen. (...) Da es sich gerade auf die Marktforschung vom Schreibtisch bezieht und auf wirtschaftliche und politische Daten konzentriert, ist es besonders wertvoll für Jungunternehmer! Frau Nickel lässt einen nicht mit den mit ihrer Hilfe gefundenen Daten allein, sondern zeigt Wege der Bewertung und Zusammenfassung und sogar der Aufbereitung.“

4 AUS DEM INHALT

4.1 Desk Research Basics

- Marktforschung in Eigenregie
- Desk Research-Formen
- Methodik des Desk Research

4.2 Internet als Auskunftsmedium

- Netz der Netze
- Netz der Wahrheiten?

4.3 Suchen und Finden

- Suchmethodik
- Informationsquellen

4.4 Auskunftswerkzeuge

- Suchmaschinen
- Kataloge und Verzeichnisse
- Professionelle Mehrwertdienste
- Datenquellen

4.5 Analyse und Auswertung

- Inhaltsanalyse
- Qualitative Verfahren
- Quantitative Verfahren
- Dokumentation und Nutzung

Optional:

4.6 Vom Internet Desk zum Online Field Research

- Field Research Basics
- Erhebungsformen
- Stichprobe und Recruiting
- Konzeption von Online-Befragungen

5 GRUNDLAGE UND MATERIAL

Sylvia Nickel: Desk Research. Marktinformationen erschließen. Internetrecherche. Suchmethode und Auskunftswerkzeuge. Berlin: Cornelsen 2004. ISBN 3-589-235217

6 RAHMENBEDINGUNGEN

Der Workshop ist für eine Teilnehmerzahl von max. 12-15 Teilnehmern konzipiert.

Technische Hilfsmittel: Beamer und Moderationstafel.



¹ SEO = Search Engine Optimizing