

Strategisches Management für Executives

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 30319 **3. Durchführung 2019**
1. Teil 1.–4. Juli 2019
2. Teil 9.–12. September 2019
DE-Bergisch-Gladbach/Zürich

Nr. 30419 **4. Durchführung 2019**
1. Teil 11.–14. November 2019
2. Teil 2.–5. Dezember 2019
Zürich/DE-Bergisch-Gladbach

Nr. 30519 **5. Durchführung 2019**
1. Teil 7.–10. Oktober 2019
2. Teil 27.–30. April 2020
Flims/St.Gallen

2020

Nr. 30120 **1. Durchführung 2020**
1. Teil 3.–6. Februar 2020
2. Teil 6.–9. Juli 2020
DE-Stuttgart/Zürich

Nr. 30220 **2. Durchführung 2020**
1. Teil 9.–12. März 2020
2. Teil 6.–9. Juli 2020
Luzern/Zürich

Nr. 30320 **3. Durchführung 2020**
1. Teil 15.–18. Juni 2020
2. Teil 6.–9. Juli 2020
St.Gallen/Zürich

Dauer: 2 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 8200.–/€ 7400.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/30

Zielgruppe

Ziel des auf das Executive Management ausgerichteten Seminars ist, das heute nötige komplexe Strategie-Wissen griffig aufzuzeigen und ein umfassendes Instrumentarium zur Umsetzung zu vermitteln.

1. Mitglieder der Geschäftsleitung und des Vorstands.
2. Unternehmer und Nachfolger.
3. Geschäftsführer, Geschäftsbereichs- und Profit-Center-Leiter, die für ihren Verantwortungsbereich wesentliche Entscheidungen über die Zukunft fällen müssen.
4. Praktiker, die ihre Strategien und Konzepte hinterfragen wollen.
5. Führungskräfte/Projektleiter aus Linie und Stab, die massgeblich in Strategieprojekte und Veränderungsprozesse involviert sind.

Referenten

Die Referenten garantieren aufgrund ihrer Tätigkeit als Top-Managementberater, Wissenschaftler oder oberste Geschäftsleitungsmitglieder ein Höchstmass an Professionalität, Praxis- und Wissenschaftsbezug.

Konzeption

Die Dynamik des Wettbewerbs zwingt Unternehmen aller Branchen und jeder Grösse zu permanenten Anpassungsprozessen und damit zu aktivem Veränderungsmanagement.

Dies setzt allerdings ein gesteuertes Zusammenspiel mehrerer Faktoren der strategischen Unternehmensführung voraus:

Visionen, die begeistern; akzeptierte normative Vorgaben; Stossrichtungen, die erkennbar in die richtige Richtung führen; kundennahe Geschäftsfeldgliederungen; kostenoptimale Strukturen und Prozesse; innovative Marketingkonzepte, die bestehende Marktpositionen stärken und neue, z. B. digitale, Märkte erschliessen.

Aber auch eine Unternehmenskultur, welche die Lernfähigkeit fördert, Anreizsysteme, die das unternehmerische Denken beflügeln; nicht zu vergessen ist das Finanzmanagement mit dem Ziel der Wertsteigerung, der Ertragsoptimierung (Gewinnmanagement) und der finanziellen Vorsteuerung/Kontrolle (Controlling).

Vor allem bedarf es jedoch solcher Führungskräfte, die strategische Führung im Zusammenhang verstehen, die befähigt sind, mit ihren Mitarbeitern strategische Konzepte zu formulieren, Handlungsoptionen aufzuzeigen und Massnahmen zielgerichtet und motivierend zu initiieren und umzusetzen.

Themen im Überblick

- **Strategische Analysen für disruptive Zeiten**
- **Handlungsoptionen für die Zukunft und digitale Zeiten**
- **Strategien in besonderen Situationen**
- **Structure follows Strategy, Lean Organization**
- **Quantifizierungen, Controlling, Strategisches Finanzmanagement**
- **Konsequente Strategieumsetzung: KAM-Vertriebs- und Marketingplanung**

Umsetzung

Da sich der Erfolg von Strategien erst in der Umsetzung und Verwirklichung der geplanten Massnahmen niederschlägt, wird diesem Themenbereich besondere Bedeutung zugemessen.

Mittels u.a. realer Case Studies zeigen die Referenten, mit welchen Controlling- und Planungsinstrumenten definierte Ziele auch unter schwierigen Umständen erreicht und durchgesetzt werden können.

Themenblöcke

Das Strategie-Konzept

- Strategisches Management als Navigationsinstrument für die Zukunft: Management in turbulenten Zeiten
- Customer Focus, Shareholder Value & Mitarbeiterorientierung als Kern langfristiger Überlebensfähigkeit
- Die Phasen wirkungsvoller Strategieentwicklung

Strategische Analysen: Märkte der Zukunft

- Die aktuellen Analyseinstrumente und Techniken zur raschen Bestimmung der Ausgangslage
- Die heutige Marktposition und Konkurrenten richtig einschätzen
- Was machen «Hidden Champions» besser?
- Den Mächtigen aus dem Weg gehen und eigene Märkte schaffen?
- Vom Kundenproblem zur kreativen Geschäfts- und Marktdefinition
- Digitale Wettbewerber: Von den Besten lernen
- Aktiv Substitutionen begegnen, Innovationen steuern

Handlungsoptionen für die Zukunft

- Grund- und Geschäftsstrategien: Mehr Kundennutzen – mehr Marge
- Geschäftsideen der Digitalisierung gekonnt nutzen
- Denken in Alternativen und Szenarien: Was ändert sich künftig?
- Aufbau unverwechselbarer Produkte und Dienstleistungen: Customer Experience Management – Einzigartigkeit, Differenzierung
- Start-up Konzepte für Etablierte

Strategien in besonderen Situationen

- Von Erfolgsstrategien in stagnierenden Branchen zum Endkampf in schrumpfenden Märkten
- Mithalten in stark wachsenden Märkten – Technologie als Treiber
- Wettbewerbsstrategien auf Konzern-ebene und in multinationalen Unternehmen

Structure follows Strategy

- Strukturen, die unternehmerische Konzepte fördern: Verselbstständigungskonzepte
- Flexibilität und Kundennähe durch Abkehr von Grossorganisationen
- Revitalisieren von Unternehmen, neue leistungsfähige Organisationsformen, Führung 4.0

Quantifizierungen, Controlling, Strategisches Finanzmanagement

- Die Überführung strategischer Pläne in Budgets und Aktionspläne
- Die Controllingaufgaben des Executive Managements: Einige wenige finanzielle Daten genügen, um ein Unternehmen, Bereiche und Projekte wirklich im Griff zu haben
- Die Möglichkeiten des Finanzmanagements zur Verbesserung der Gewinnposition und zur Steigerung des Shareholder Values
- Kurzfristige Ergebnisverbesserung versus langfristige Strategieentwicklung
- Kalkulationen und Investitionen – Die besten Strategien

Konsequente Strategieumsetzung nach Aussen: Absatzkonzept

- Die Bestimmung der richtigen Stell-schrauben als Voraussetzung für Markterfolg
- Strategische Ziele im Absatzkonzept umsetzen
- Geschäftsausweitung durch systematisches Key Account Management: Wie werden Schlüsselkunden systematisch identifiziert und definiert?

- Potenzialausschöpfung, Kundenrentabilität und ungenutzte Potenziale: die «ungehobenen Schätze» unseres Unternehmens sichtbar machen
- Vom Kunden-Portfolio zu Kundenentwicklungsplänen zur Steigerung der Wertschöpfung

Umsetzung von Konzepten: Strategien in Marketing- und Verkaufsplanungen umsetzen

- Die Überführung von Strategien in Markterfolg: Markteintrittschancen verbessern, Flopgefahr reduzieren
- Beispiele von guten und schlechten Strategien: So lassen sich Strategien mit System planen
- Marketingplanung als strategisches Führungsinstrument
- Expertenkniffe für Leistungsportfolios und Marketingplanung

Administration und Anmeldung

Information und Beratung

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen oder für telefonische Beratung zur Auswahl der richtigen Seminare, Lehrgänge oder Diplomstudiengänge zur Verfügung.
Telefon +41 71 225 40 80
Telefax +41 71 225 40 89

Anmeldung

Ihre Anmeldung oder Bewerbung zu einem Studiengang nehmen wir gerne per E-Mail, Post, Internet oder Fax entgegen.

St. Gallen Business School
Rosenbergstrasse 36
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 71 225 40 80
Telefax +41 71 225 40 89
E-Mail seminare@sgbs.ch
Internet www.sgbs.ch

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- Informationen zu Ablauf, Hotel und Anreise
- das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung

Sollte das Seminar bereits ausgebucht sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet.

Informationen zu den Seminarhotels

Weitere Informationen zu unseren Seminarzentren und Hotels finden Sie direkt auf dem Internet: www.sgbs.ch/hotel.

Seminargebühr, Hotelkosten, Themen

In der Seminargebühr (zzgl. gesetzl. MwSt.) sind der Kursbesuch sowie umfassende Seminarunterlagen enthalten. Nicht darin enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung, Frühstück, Verpflegung und Tagespauschale des Hotels bzw. Tagungszentrums. Diese müssen von den Teilnehmern/innen direkt dem Hotel bezahlt werden.

Es steht den Teilnehmer/innen selbstverständlich frei, ausserhalb des Seminarhotels zu übernachten. In diesem Falle bezahlen sie die vom Hotel/Tagungszentrum verlangte Tagespauschale ebenfalls direkt an das Hotel/Tagungszentrum.

Das Kurshonorar wird nach erfolgter Anmeldung erhoben und ist spätestens 6 Wochen vor Seminarbeginn zu überweisen.

Kleinere Änderungen bei Themen, Themenabfolge und Referenten bleiben vorbehalten.

Zertifikat

Über den Besuch des Kurses erhalten Sie ein Kurszertifikat.

Umbuchung, Verschiebung

Eine Umbuchung ist nur bis 6 Wochen vor Beginn des Seminars/Seminarteiles einmalig möglich. Nicht besuchte Seminare und Seminarteile verfallen.

Bei einer späteren Umbuchung als 6 Wochen vor Kursbeginn eines Seminars werden folgende Umbuchungsgebühren in Rechnung gestellt: Bis 4 Wochen vor Kursbeginn 20% des Kurshonorars, bis 2 Wochen vor Kursbeginn 40% des Kurshonorars, bis 1 Woche vor Kursbeginn 80% des Kurshonorars. Bei einer

späteren Umbuchung verfällt die Seminargebühr. Alternativ kann die Buchung eines Ersatzteilnehmers bis spätestens 4 Arbeitstage vor Seminarbeginn erfolgen.

Will ein Teilnehmer/in einen einzelnen Seminarteil aus zwingenden Gründen umbuchen und in einer anderen Seminare durchführung besuchen, so wird eine Umbuchungsgebühr von CHF 300.– verrechnet. Der Teilnehmer/in hat in diesem Fall auch zu berücksichtigen, dass es ggf. zu allfälligen Programmänderungen/-anpassungen und -überschneidungen kommen kann. Daraus kann keine anteilige Rückerstattung der Seminargebühr abgeleitet werden.

Annulation

Eine Annulation einer Anmeldung (Rücktritt) ist bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos möglich. Bei einer Annulation (Rücktritt) bis 8 Wochen vor Seminarbeginn werden 20% des Kurshonorars, bei einem Rücktritt bis 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% des Kurshonorars verrechnet. Danach ist das gesamte Kurshonorar zu entrichten, sofern kein Ersatzteilnehmer mittels Umbuchung angemeldet wird. Die Buchung eines Ersatzteilnehmers bzw. einer Vertretung hat bis spätestens 4 Arbeitstage vor Seminarbeginn zu erfolgen. Bei der Buchung eines Ersatzteilnehmers fällt eine Bearbeitungsgebühr von Fr. 300.– an.

Einzelne Seminare können aufgrund höherer Gewalt oder wegen Mangel an Teilnehmer/innen vom Veranstalter kurzfristig, jedoch maximal 3 Wochen vor Seminarstart annulliert werden, ohne dass dabei ein Schaden geltend gemacht werden kann.

Versicherung, Haftung, Preisänderungen

Wir empfehlen, eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

Ebenfalls sind weitere allfällige Schäden welche direkt oder indirekt in Verbindung mit dem Seminarbesuch gebracht werden könnten, sei es aus Unfall, Krankheit, Haftpflicht, Diebstahl, Annullation des Seminars durch den Veranstalter oder sei es durch Schäden aus der Anwendung des vermittelten Management-Wissens durch die Teilnehmer/innen bzw. die uns beauftragte Unternehmung selbst zu versichern oder abzudecken. Jegliche Haftung unsererseits wird wegbedungen.

Es gilt Schweizer Recht, Gerichtsstand ist St. Gallen. Mit dem Erscheinen eines neuen Prospektes verlieren jeweils alle früheren Angaben zu Inhalten, Referenten und Preisen ihre Gültigkeit.

Unsere vollständigen Geschäftsbedingungen entnehmen Sie unter: www.sgbs.ch/agb

Ausgabe 6/19



