

Technologie und neue Geschäftsmodelle

Mit neuen Geschäftsmodellen zu rentablem Wachstum.

Durchführungen

Daten, Orte

Dieses Seminar wird mehrmals pro Jahr, in der Schweiz und in Deutschland, durchgeführt.

Siehe: www.sgbs.ch/act17

Teile: 1 + 1

Teil 1: Offenes Seminar

Zuerst ein offenes Seminar für einen Teilnehmenden aus Ihrer Unternehmung. 3 Tage.

Teil 2: Firmenspezifischer Workshop

Danach ein 2-Tages-Workshop in St. Gallen. Mit Ihnen, Ihren Mitarbeitenden oder Ihrem Management Team.

Seminarnummer: ACT 17

Dauer: 3 + 2 Tage

Gebühr*:

Seminar 1 Person CHF 3'900.-

Workshop bis 6 Personen CHF 7'000.-

* zzgl. gesetzliche MwSt.

Anmeldung unter www.sgbs.ch/act17
oder E-Mail seminare@sgbs.ch

Technologie

Wie nutzt ein Unternehmen das Wissen seiner Führungskräfte und Leistungsträger, um die Konsequenzen der Digitalisierung und weiterer technologischer Trends bestmöglich zu erfassen und in eine Erfolg versprechende neue Strategie zu überführen?

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an die Verantwortlichen im Unternehmen, die sich der Gefahren, aber auch der Chancen einer Verdrängung durch neue Geschäftsmodelle bewusst sind und die frühzeitig Handlungsbedarf erkennen und eigene Konzepte und Wachstumsstrategien entwickeln und umsetzen wollen.

Seminarziele

Verdrängungsprozesse sollten wachrüteln. Das Management will herausfinden, was digitale Veränderungen für das eigene Geschäftsmodell bedeuten. Chancen für neues Wachstum müssen erkannt und genutzt werden.

Aufbau

Teil 1: Verdrängung, Disruption und Business Development

Teil 2: Umsetzung in Marketing und Sales; Umsetzung in finanzielle Führung

Konzeption

Wer ein starkes und rentables Kerngeschäft führt, wünscht sich natürlich, dass dies ewig so weitergeht. Das Beste wäre, noch viele Jahre mit den bestehenden Marktpositionen, dem bestehenden Geschäftsmodell, der selben Technologie, den bestehenden Kunden und den vorhandenen Fähigkeiten ein gutes, rentables Business betreiben zu können.

Ganz anders präsentiert sich die Situation jedoch, wenn neue, digitale Geschäftsmodelle zu erwarten sind oder bereits aufgetreten sind. Es kommt nicht von ungefähr, dass diese meist von neuen Wettbewerbern lanciert werden, die bisher gar nicht auf dem Radar der Wettbewerbsanalyse standen.

Es gilt diese Veränderungen zu erkennen, zu analysieren und zu verstehen. Wer mögliche Verdrängungsprozesse diagnostiziert, muss herausfinden, wie stark und wie schnell der Wechsel vom bestehenden auf ein neues Geschäftsmodell kommen wird. Gibt es akuten Handlungsbedarf oder kann abgewartet werden, bis bessere Informationen vorliegen? Kann das Neue allenfalls eine grosse Chance für das eigene Unternehmen werden? Bietet es Raum für neue Geschäftsmodelle, Business Development und Wachstum?

Themen

- Die Kraft neuer Technologien und neuer Technologie-Anwendungen
- Digital Enterprise: Wie digitale Geschäftsmodelle neues Geschäft schaffen
- Das zerstörerische Potenzial neuer Geschäftsmodelle
- Zeitachse: Wie schnell wird das Neue das Alte verdrängen? Wie lange haben wir Zeit?
- Intensität: Welchen Anteil am Geschäft wird das Neue erobern: alles oder nur Teile?
- Flopgefahr: Was können wir tun, um den Erfolg des Neuen zu bremsen oder zu stören?
- Das eigene Business Development als kraftvolle Antwort
- Erfolgreiche Umsetzung neuer Strategien im Absatzkonzept
- Marketing, Sales und Key Account-Management
- Marktstrategien und optimierte Verkaufsprozesse
- Kundenrentabilität und Potenzialerschöpfung
- Die Umsetzung in die finanzielle Führung
- Möglichkeiten des Finanzmanagements nutzen, um Ebit, Rentabilität und Unternehmenswert zu steigern
- Die Controllingaufgaben des Executives