

Geschäftsführer Programm

Inhouse Durchführung

Seminarnummer: INH106

Dauer: 8 Tage, nur firmenspezifisch

Ort, Termin: zu vereinbaren

Sprache: wahlweise Deutsch oder Englisch

Projektanfrage: Bitte verlangen Sie ein massgeschneidertes Angebot für ein firmenspezifisches Projekt unter: www.sgbs.ch/inh106

Beratung und Infos:

Telefon: +41 71 225 40 80

Mail: inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Das «Geschäftsführer Programm» richtet sich an Führungskräfte mit Erfahrung und Erfolgsausweis, die

- ihr Wissen über die neuesten Management Konzepte und Management Instrumente erweitern wollen
- sich vermehrt in einem internationalen Kontext bewegen und neues Wissen zur global ausgerichteten Unternehmensführung erwerben wollen
- ihre Kenntnisse in den drei zentralen Management Bereichen Strategie, Aufbau neuer Geschäfte und Finanzen erhöhen wollen

Teilnehmende sind Leistungsträger der obersten und oberen Ebenen wie CEO's, Geschäftsführer, Mitglieder der Geschäftsleitung, Verantwortliche für Unternehmen, Tochtergesellschaften, Zentralbereiche sowie bedeutende Divisionen, Geschäftsfelder und Business Units.

Aufbau

Strategie und Business Development

Im ersten Teil des Programms vermitteln Top Dozenten das neueste Wissen zum Strategischen Management und zum Aufbau von neuen Geschäften dank Business Development. Von Entscheidern wird zunehmend erwartet, dass sie zwei unterschiedliche Gestaltungsebenen gleichzeitig steuern: Sichern und Ausbau des Kerngeschäfts einerseits, Einstieg in neue Wachstumsfelder andererseits. Wir zeigen, wie Gegenwartsoptimierung und Zukunftssicherung zusammen möglich werden.

Management im globalen Umfeld

Auch wenn viele Geschäfte noch lokal oder national sind: Es gelten vermehrt die Spielregeln der globalen Ökonomie. Für Führungskräfte bedeutet dies, sich auf dem Parkett des globalen Wettbewerbs mit internationalem Denken und Handeln erfolgreich bewegen zu können. Management heute ist Internationales Management. Was bedeuten die neuen Spielregeln für die Erfolgssteuerung? Was ändert sich, wenn die Definition des relevanten Marktes geografisch, vertriebskanalspezifisch, kulturell und sortimentsmässig weiter gefasst und aus einem nationalen ein internationales Geschäft wird?

Authentisch führen, wirkungsvoll umsetzen

Den «Geschäftsführer-Führungsstil» gibt es nicht. Jede Führungspersönlichkeit ist anders. Positive und negative Erfahrungen, kulturelle und andere Unterschiede führen zu einer individuellen Art der Führung. Sie soll authentisch sein. Sie soll zudem auf eine wirkungsvolle Umsetzung und damit auf Resultate ausgerichtet sein.

Profitabilität und Rentabilität steigern

Wer an der Spitze einer Organisation steht, muss ehrgeizige finanzielle Ziele erreichen. Bei gewinnorientierten Unternehmen stehen Kennzahlen wie Ebitda, Gewinnmarge, Eigenkapitalrendite, Free Cash Flow und die Steigerung des Unternehmenswerts im Vordergrund, bei NPO's sind es nicht weniger ehrgeizige branchenspezifische Kennzahlen. Wie können die finanziellen Aspekte gesteuert und die finanziellen Ergebnisse optimiert werden?

Fusion, Mergers & Acquisition, Verkauf

Oft ist Wachstum durch Zukauf oder Fusion der bestmögliche Wachstumspfad. Oder der Verkauf eines Unternehmens teils, der nicht mehr zum Kerngeschäft gehört. Hier sind CEO's und oberstes Management besonders gefordert.

Konzept

Als Führungskraft gute Resultate schnell und nachhaltig zugleich erreichen wird immer schwieriger. Der Spagat zwischen kurzfristiger Optimierung und strategischer Innovation fordert das Management. Die Fähigkeit, die Prioritäten zwischen Strategie, Business Development und Innovation, Leadership und finanziellen Schwerpunkten auszubalancieren, wird zum entscheidenden Erfolgsfaktor.

Der erfolgreiche Executive von heute ist somit automatisch eingebunden in das General Management. Einseitig spezialisiert zu sein, reicht nicht aus, um komplexe Situationen des globalen Managements zu verstehen, den Handlungsbedarf richtig zu definieren und eine erfolgversprechende Zukunft für das eigene Unternehmen zu gestalten.



Themen

Strategie

- Das Kerngeschäft verstehen
- Spreu vom Weizen trennen
- Markt Insights
- Die Logik der Branche
- Wachstumspotenziale erkennen
- Problemfelder anpacken
- Erfolgreich verteidigen
- Marktanteile gewinnen
- Märkte und Marken dehnen
- Optimieren und sichern

Business Development

- Geschäfte der Zukunft
- Gute Nase für Chancen
- Innovationsprojekte
- Business Development
- Neue Märkte spüren
- Business Case für die Zukunft
- Markteintritt mit Neuem

Technologie Management

- Die digitale Strategie
- Technologie als Treiber
- Die eigene technologische Positionierung

Management im internationalen Unternehmen

- Neue Marktdefinition
- Wachstum durch geografische Expansion
- Priorisierung durch Länderstrategien
- Ausdehnungs-Optionen

Erfolgssteuerung

- Der Aufbau einer globalen Marktposition
- Strategisch richtiges Navigieren in einem globalen Wettbewerbsumfeld
- Strategie-Analyse und Strategie-Entwicklung
- Marketing im multikulturellen Raum
- Finanzierung des Wachstums
- Controlling-Anforderungen

Leadership

- Führen im globalen Kontext
- Erfolgsfaktoren eines länderübergreifenden Leadership
- Executive Leadership: Best Practices

Fusion, Mergers & Acquisitions

- Wachsen durch Zukauf
- Marktpositionen ausbauen durch Fusion

- Rückzug aus Geschäften ohne Zukunft
- Best Practices im M&A

Unternehmenswert steigern

- Nachhaltiger Shareholder Value
- Wie Wert entsteht, was Wert vernichtet
- Programme zur Wertsteigerung

Profitabilität steigern

- EBIT und EBITDA
- Kennzahlen zur Profitabilität
- Massnahmen zur Steigerung von Gewinnmarge, Ebitda, ROS

Rentabilität und Finanzielle Kraft

- Rentabilitäts-Kennzahlen
- Steuerung der Kapitalintensität
- Reduktion des Kapitaleinsatzes
- Programme zur Steigerung der Eigenkapital-Rentabilität

Methodik

- Impulsvorträge
- Wissensvermittlung im Plenum
- Erfahrungsaustausch
- Gesteuerte Diskussion
- Kleine Cases
- Best Practices

Inhouse-Anfrage

Planen Sie eine firmenspezifisches Seminar? Ein massgeschneidertes Management Programm? Brauchen Sie einen engagierten Partner für Management Development oder Talententwicklung? Oder geht es darum, die Kompetenz unserer Business School für einen Workshop mit Vorständen, Geschäftsführern und Executives zu nutzen? Oder unsere

Consultants dafür einzusetzen, Ihre zentrale Welt-Strategie in 100 Ländern gemeinsam mit dem lokalen Management umzusetzen: Vom 1-Tages-Workshop bis zum mehrjährigen Projekt:

Die St. Gallen Business School ist Ihr Partner für anspruchsvolle firmenspezifische Projekte. Lokal. National. Global.

Wir sind für Sie da!



Christian Abegglen
Dr. oec. HSG
Präsident des Verwaltungsrates der St. Galler Business School



Andreas Rippberger
Dipl. Betr.-Wirt.
Director Consulting
Spezialist für Strategie und Umsetzung



Markus Müllner
Dr. oec. HSG
Director Corporate Programs
Spezialist für Führung 4.0 und Strategie



Robert Neumann
ao. Univ. Prof. Dr.
Wissenschaftliche Leitung
MBA-Studiengänge der St. Galler Business School

Inhouse Anfrage

Wir sind an einer Zusammenarbeit mit der St. Gallen Business School im Bereich eines firmenspezifischen Projekts interessiert und bitten um Ihre Kontaktaufnahme.
Anfrageformular im Internet: www.sgbs.ch/inhouse-anfrage

Angaben zur Durchführung

Programm

Hierarchische Stufe/Funktionen der Teilnehmer

Nummer

Gewünschter Durchführungszeitraum

Gewünschte Seminarsprache

Voraussichtliche Anzahl Teilnehmende

Angaben zur Kontaktperson

Firma

Anzahl Beschäftigte

Anrede

Strasse, Nummer

Vorname

PLZ

Name

Ort

Titel (nur wenn gewünscht)

Land

Abteilung

E-Mail Kontaktperson

Funktion

Telefon Kontaktperson

Was sagen unsere Kunden?

«Besonders hervorheben möchte ich dabei die konsequente Ausrichtung der Lehrmethoden an der Selbstbefähigung der Seminarteilnehmer.»



WITTENSTEIN

Dr. Manfred Wittenstein



«Die Trainings wurden inhaltlich sehr praxisnah gestaltet, darüber hinaus sind firmeninterne Inhalte mit eingeflossen. Daraus entstand ein hoher Umsetzungstransfer, der anhält.»

ALTANA

Annette Lampe, Verantwortliche für die Durchführung des Management Development Programmes bei ALTANA Chemie AG



«Yes, excellent. In all cases, we had a very good mix of pragmatic people who possessed both good theoretical background and solid real world experience.»

HEIDELBERG

Robert Crooker,
Senior Vice President Product Strategy
Heidelberg Druckmaschinen AG



«Insgesamt erzielten wir sehr gute Ergebnisse, die sich in überdurchschnittlichen Feedback-Werten widerspiegeln aber auch an der intensiven Nachfrage seitens der Mitarbeiter.»

Microsoft

Andrea Fichtelmann,
Field Readiness Managerin BMO
Microsoft Deutschland GmbH

