

# Strategie und Transformations- Management

## Inhouse Durchführung

**Seminarnummer:** INH152

**Dauer:** 7 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/inh152](http://www.sgbs.ch/inh152)

### Beratung und Infos:

Telefon: +41 71 225 40 80

Mail: [inhouse@sgbs.ch](mailto:inhouse@sgbs.ch)

## Zielgruppe

Dieses Seminar wird unter der Leitung der erfahrendsten Strategie-Spezialisten unserer Business School realisiert. Es richtet sich an Vorstände, aktive Verwaltungsräte, Mitglieder der Geschäftsleitung, Unternehmer, Verantwortliche für Divisions, Business Units und grosse Profit Center, Leitende aus wichtigen Funktions- und Zentralbereichen. Es richtet sich zudem an Führungskräfte, die bei der Umsetzung der Strategie eine wichtige Rolle spielen, sowie an Spezialisten und Projekt- oder Prozessverantwortliche.

## Konzept

Erfolgreiche Unternehmen sind im Visier des Wettbewerbs. Je erfolgreicher, desto wahrscheinlicher ist es, dass andere Unternehmen ein Stück des Kuchens für sich gewinnen wollen. Zu einer guten Strategie gehört es daher zu allererst, die eigenen Marktpositionen zu verteidigen und auszubauen. Gelingt dies, so stellt sich als nächstes die Frage, wie lange der Erfolg mit dem bestehenden Geschäftsmodell gesichert werden kann. Neue Technologien, Digitalisierung und disruptive Entwicklungen bedrohen selbst die erfolgreichsten Unternehmen. Wer hier nicht rechtzeitig in Business Development, neue Geschäftsmodelle und damit neue Strategien investiert, verliert zuerst das Geschäft und dann die Überlebensfähigkeit. Ein gutes Strategisches Management beschäftigt sich daher intensiv mit Trends, Szenarien, Kundenbedürfnissen und Technologien.

### Digitalisierung & Transformation

Vielfältig sind dabei die Herausforderungen: Digitalisierung von Prozessen. Digitales Anreichern des Leistungsangebots mit neuem Kundennutzen. Neue Technologien und Innovation; Internationalisie-

rung und Aufbau neuer Länder; künstliche Intelligenz; Shared-Economy; Konzentrationsprozesse, Hyperwettbewerb und Margenzerfall; Preistransparenz dank Internet; Online-Geschäft und Plattformen, die sich über das eigene Geschäft stützen. Viele andere Entwicklungen führen zu einer hohen Komplexität: Eine Vielzahl von Projekten und Strategischen Initiativen muss gleichzeitig angepackt und umgesetzt werden.

### Führen in der Transformation

Dies wiederum kann leicht zu einer Überforderung der gesamten Organisation führen: Zum einen der finanziellen Ressourcen: Wachstum, Innovation und neue Strategien erfordern Investitionen und kosten Geld. Ist der Investitionsstau gross, wird die Liquidität auch bei gesunden Unternehmen schnell strapaziert. Und meist viel wichtiger: Die Führungskräfte und Leistungsträger des Unternehmens sind nicht nur gefordert, sondern überfordert. Es trifft immer die gleichen, die es zur Umsetzung der Projekte und Initiativen braucht. Zudem: Etablierte Unternehmen sind oft nicht veränderungsfreudig, meist veränderungsresistent. Da genügt es auch nicht, von oben die Umsetzung zu verlangen. Es braucht eine gekonnte Transformation.

## Themen

### Die Strategische Position heute

- Die aktuelle Position des Unternehmens im relevanten Markt
- Dominant, Marktführer, Kostenführer, Spezialist oder Mitläufer?
- Die Geschäftsfelder und Business Units im Wettbewerbsvergleich
- Welche Positionen sind dauerhaft rentabel und ausbaubar?
- Welche Positionen leiden und verlieren zunehmend an Ebit und Zukunftsfähigkeit?
- Welches sind unsere Aufbaugeschäfte und können diese unsere Zukunft sichern?

### Die Strategischen Herausforderungen verstehen

- Trends, neue Technologien und wichtige Umfeld-Veränderungen erkennen
- Die Konsequenzen für das aktuelle Geschäft verstehen
- Megatrend 1: Zwang zur Grösse oder klein und flexibel?
- Megatrend 2: Raus aus der Stagnation und dem Margenzerfall
- Megatrend 3: Die Digitalisierung und neue Technologien nutzen
- Megatrend 4: Disruption und Erfinden eines neuen Geschäftsmodells
- Megatrend 5: Startup's aus dem Unternehmen heraus aufbauen

# Themen

## Wegweisende Strategien erarbeiten

- Das Strategie-Projekt: Methodik, Vorgehen, Instrumente
- Strategische Analyse und Strategische Optionen
- Unternehmensstrategie
- Die Strategien für Divisionen, Sparten, Geschäftsfelder, Business Units
- Strategie für Länder und Regionen
- Strategien für Zentralbereiche und Stäbe

## Die häufigsten strategischen Veränderungen

30 Jahre Beobachtung, Gespräche mit tausenden von Entscheidungsträgern und die Auswertung der relevanten Literatur zeigen: Unternehmen haben einige ‚Lieblingsstrategien‘. Diese werden bei einem hohen Prozentsatz aller Strategieprojekte zu Strategischen Initiativen formuliert. Einige der wichtigsten Strategien stellen wir Ihnen am Seminar vor, verknüpft mit Tipps für die Praxis: Wo liegen die Fallstricke der Umsetzung und was ist zu tun, damit sie erfolgreich implementiert werden?

## Offensive Wachstumsstrategien mit dem Kerngeschäft

- Fokussierung auf das Kerngeschäft
- Neue Zielgruppen erschliessen

- Verkaufsgebiete verdichten
- Marktanteile gewinnen dank Marketing und Stärke in Verkauf und Vertrieb
- Vom Produkt- zum Service – und dann zum Lösungsverkauf
- Multiplikation eines Erfolgskonzepts, z.B. Franchising

## Internationalisierung des Geschäfts

- Aufbau neuer Ländermärkte, Internationalisierung
- Global Sourcing, neues Supply Chain Management

## Frühzeitige Anpassungs-Strategien

- Kostenmanagement durch Standortwahl, Outsourcing, Verlagerung
- Veränderung der Wertschöpfungstiefe
- Plattform-Strategie
- Prozess-Weltmeisterschaft
- Preisaggressive resp. Discount-Strategie
- Konzentration auf rentable Kunden und Aufträge
- Rückzugsstrategien

## Qualitäts-, Nischen- und Premium-Strategien

- Qualitäts-Offensive mit Premium-Konzept
- Luxusstrategie
- Markenstrategie: Dachmarke, Einzelmarken, Mehrmarken

## Digitalisierung und neue Geschäftsmodelle

- Digitalisierung von Prozessen und Produkten
- IT als Business Enabler
- Auf- oder Ausbau des Online Geschäfts
- Neuer Kundennutzen dank neuen Technologien
- Business Development, neue Geschäftsmodelle
- Automatisierung und Redesign der Wertschöpfungskette
- Fusion, Zukauf und Einkauf in neue Geschäfte

## Digitale Vertriebskonzepte

- Aufbau digitaler Marketing- und Vertriebskanäle
- Bezahl-Werbung bei Google und Suchmaschinenoptimierung
- Nutzung von Social Media und Communities als Kommunikations- und Verkaufskanal

## Implementierung im Tagesgeschäft

Implementierung passiert immer im Tagesgeschäft. Dort zeigt es sich, ob das Unternehmen tatsächlich kundenorientiert, schnell, kostengünstig, flexibel und transparent ist. Dort zeigt es sich, ob der Markenkern und die Kundenversprechen einerseits, die Effizienz und Produktivität andererseits tatsächlich sich zur «Operationalen Exzellenz» verschmelzen.

## Transformation und Change Management

- Was neue Strategien für die Mitarbeitenden bedeuten
- Was soll sich ändern: Den Veränderungsbedarf allgemein verständlich kommunizieren
- Wer ist betroffen, als Gewinner oder Verlierer
- Verständnis wecken, Akzeptanz schaffen
- Vom Verstand zum Herzen: Die gemeinsame Vision, das gemeinsame Ziel
- Das Transformations-Konzept: Planung der spezifischen Transformationsaufgabe
- Change Management: wissenschaftliche Erkenntnisse, Empfehlungen

## 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](http://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.»



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.»



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.»



Andrea Fichtelmann,  
Field Readiness Managerin BMO  
Microsoft Deutschland GmbH

