

Erfolg mit Innovationen

Inhouse Durchführung

Seminarnummer: INH201

Dauer: 3 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/inh201

Beratung und Infos:

Telefon: +41 71 225 40 80

Mail: inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Führungskräfte aus allen Bereichen
2. Spezialisten aus Produktentwicklung, Marketing, Technik, Produktion, Service, Produktmanagement und innovationsnahen Bereichen
3. Fachkräfte und Spezialisten, die an der Umsetzung und Markteinführung von Innovationen verantwortungsvoll mitwirken

Nutzen

Nach dem Seminar sind Sie in der Lage

- Geschäftsideen präzise zu formulieren und vorzustellen
- Die Chance einer Innovationsidee besser abzuschätzen
- Ein neues Geschäftsmodell darzustellen und strategisch präzise zu beplanen

Konzept

Dieses 3-tägige Seminar vermittelt die wichtigsten Erkenntnisse des Innovationsmanagements: Was ist zu tun, um aus einer guten Idee ein erfolgreiches Geschäft zu bauen? Wie geht man vor, Schritt für Schritt? Welche Methoden werden dabei eingesetzt? Was funktioniert, was eher nicht?

Themen

Kundennutzen und Marktchancen

Innovationsmanagement beginnt mit einer umfassenden Kenntnis über den Kunden, den Wunschkunden, den Nicht-Kunden. Daran schliesst sich an das intensive Beschäftigen mit dem Markt; der richtigen Marktdefinition, der Kunst, einen Markt zu machen; seinen Spielregeln, Absatz- und Entscheidungsstrukturen.

Das überzeugende Geschäftsmodell

Auch noch so gute Innovationen scheitern, wenn das Geschäftsmodell nicht überzeugt: Welche Produkte? Welche Serviceleistungen und Lösungen? Welche Zielgruppen und Marktsegmente? Welche Kundenbedürfnisse? Welche Vertriebswege und welche Absatzpartner? Welches Preis- und Konditionenmodell? Welche regionale Ausdehnung? Welche Wertschöpfungstiefe? Welcher Vertrieb? Aus der richtigen Mischung dieser Elemente entsteht ein Geschäftsmodell. Anhand empirischer Erkenntnisse können hier bereits Aussagen zur Erfolgswahrscheinlichkeit oder Flop-Gefahr einer Innovation gemacht werden.

Den Innovationserfolg planen

Für jede Innovation braucht es eine klare, präzise Strategie: Welche Marktposition soll aufgebaut werden? Welche Resultate sollen erreicht werden?

Innovationskraft erreichen

Um eine wirklich innovative Firma zu sein, müssen organisatorische und führungs-mässige Voraussetzungen geschaffen werden: eine Vertrauenskultur, institutionalisiertes Lernen, Wissensmanagement, Förderung von Kreativität, bewusstes Schaffen von Freiräumen und Handlungsautonomie, Fehlertoleranz, professionelles Nutzen empirischer Innovationsgesetze.

Innovations-Strategien in Marketing-Konzepte überführen

Bindeglied zwischen der Strategie und dem Umsetzen am Verkaufspunkt ist das Marketing. Ein griffiges, überzeugendes Marketing-Konzept ist die Voraussetzung für den Innovationserfolg.

Umsetzung am Verkaufspunkt

Ohne Verkauf verpuffen alle Innovationsanstrengungen. Verkaufsstärke ist daher zu planen und Wirklichkeit werden zu lassen. Im Zentrum des Verkaufskonzepts steht die Frage: Wie bringe ich die Vorteile und den Kundennutzen unserer Marktleistungen dorthin, wo der Verkaufspunkt ist und wie bringe ich den Kunden oder Konsumenten dazu, unsere Innovation mit hoher Präferenz und immer wieder zu kaufen? Dazu braucht es einen überzeugenden Verkaufsprozess.

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.»



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

