

Workshop: Strategisches Management

«Hektik und Aktionitis sind die falschen Rezepte. Viel effektiver ist es, ein wenig nachzudenken und sich die beste Strategie auszudenken. Und dann – sie kraftvoll umzusetzen.»

Resultat-Workshop

Dieser Workshop wird nur firmenspezifisch durchgeführt. Gemeinsam mit Ihnen und Ihren Mitarbeitenden erarbeiten wir die besten Lösungen zu aktuellen Herausforderungen und Aufgabenstellungen.

Vorgehen

Sie schildern uns Ihre Erwartung an den Nutzen des Workshops. Wir erstellen dann ein unverbindliches Angebot.

Daten

Termin, Ort: zu vereinbaren

Dauer: 3 Tage

Gebühr: gemäss Offerte

Projektanfragen

Telefon: +41 71 225 40 80

E-Mail: inhouse@sgbs.ch

Internet: www.sgbs.ch/ws60

Zielgruppe

1. Führungskräfte mit strategischer Verantwortung
2. Executives, die bewusst Weichen stellen und die Investitionen nach klaren Prioritäten setzen wollen
3. Führungskräfte, die das modernste und beste Wissen zum Strategischen Management suchen

4. Verantwortliche aus allen Bereichen, die eine systematische Darstellung des Strategie-Wissens sowie Tools und Instrumente für die Erarbeitung eigener Strategien suchen.
5. Teilnehmende des St.Galler Praxisstudiums der St.Gallen Business School

Konzeption

Die Strategie des Unternehmens sowie die nachgelagerten Teil-Strategien lenken das Unternehmen in eine bestimmte gewollte Richtung. Die Verantwortung des Managements besteht darin, die besten aller möglichen Wege für eine erfolgreiche Zukunft zu finden und mit einem engagierten Managementteam und einer motivierten Mitarbeiterschaft zu begehen.

Dazu gibt es Erkenntnisse:

Aus der Wissenschaft. Aus der Praxis. Best Practices als Vergleich mit den Besten und Erfolgreichsten. Dieses Seminar bringt Sie auf den neuesten Stand zum Thema «Strategien erarbeiten und umsetzen».

Themen

Strategisches Management

Das Unternehmen oder Teilbereiche gekonnt in die richtige Zukunft führen. Wie Strategien erarbeitet und umgesetzt werden.

Was Eigner und Top Management wollen

Die Instrumente des normativen Managements richtig einsetzen.

Markt, Branche Wettbewerb

Die Bedeutung der Rahmenbedingungen und der Spielregeln der Branche und des Wettbewerbs für Wachstum und Rentabilität des einzelnen Unternehmens.

Den Weg in die Zukunft bestimmen

Vision, Business Mission, Werte, Leitplanken und oberste Zielvorgaben weisen den Weg in die Zukunft. Es braucht sie, damit alle in die richtige Richtung arbeiten können.

Strategien für das bestehende Geschäft

Was aus den heutigen Geschäften werden soll. Ausarbeitung detaillierter Strategien: Der Unterschied zwischen einer guten und einer schlechten Strategie bestimmt über Prosperität oder Untergang. Wie werden die bestmöglichen Strategien erarbeitet?

Hidden Champions

Wie in Nischen extrem erfolgreiche Marktführer entstehen, wie sie ihre Position verteidigen und ausbauen.

Business Development und neue Geschäftsmodelle

Wie neue Geschäftsmodelle und Innovation den Erfolg mittelfristig sichern.

Was Profitabilität und Rentabilität steigert

Wie neue Strategien Profitabilität und Rentabilität fördern oder gefährden. Mehr Nutzen – Mehr Erfolg. Wie der Kundennutzen durch «added value-Konzepte» immer wieder gesteigert werden muss, um die Gewinnmarge zu sichern oder zu verbessern.

Die Strategien umsetzen

Der aufwendigste Teil des Strategischen Managements ist deren Umsetzung. Viele Barrieren erschweren die Umsetzung. Was braucht es, um das Gewollte auch wirklich Realität werden zu lassen? Wie aus neuen Strategien neue Anforderungen an Fähigkeiten, Bereitschaft zu Wandel und Motivation dank Leadership entstehen.

