

KOMMUNIKATION FÜR EXECUTIVES

Programm in 2 Teilen für Vorstände, Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer und Executives mit wichtigen Kommunikationsaufgaben nach innen und/oder aussen. Teil 1: Was soll kommuniziert werden? Teil 2: Wie werden Botschaften wirkungsvoll an Zielgruppen vermittelt?

KONZEPT

In kaum einer Organisation wird dem Management attestiert, perfekt zu kommunizieren. Liegt es vielleicht daran, dass den Entscheidungsträgern selbst nicht so klar ist, was kommuniziert werden soll? Was kommuniziert werden muss? Und was nicht oder noch nicht weitergegeben werden darf? Liegt es an den fehlenden Kommunikationskanälen? An rechtlichen und arbeitsrechtlichen Restriktionen? Allenfalls an den Führungskräften selbst, die Kommunikation zu wenig ernst nehmen, nicht als ihre Führungsaufgabe betrachten, nicht über die nötigen Fähigkeiten oder Instrumente verfügen?

Unsere Untersuchungen zeigen: Das Bedürfnis der Mitarbeiter der nachgelagerten Ebenen nach besserer Kommunikation ist weit verbreitet. «Wenn die da oben uns sagen würden, was sie von uns erwarten, könnten wir viel zielgerichteter und wirkungsvoller unseren Beitrag leisten» ist eine viel gehörte Aussage. Dabei spielt es keine Rolle, ob diese Aussage letztlich begründet und substantiell richtig ist, eine Schutzbehauptung der Mitarbeiter ist oder nur eine undifferenzierte Gefühlslage zum Ausdruck bringt. Der Effekt ist derselbe: Die Kommunikation muss verbessert werden.

Für die Kommunikation nach aussen gelten zwar andere, aber nicht minder wichtige Engpässe: Wer nicht mit der Öffentlichkeit kommuniziert, gerät beim kleinsten Problem schnell einmal in Verdacht, etwas verheimlichen zu wollen. Offensive, ehrliche und gute Kommunikation mit Medien und dem Umfeld ist die beste Vorsorge für Krisen, die es früher oder später fast in jedem Unternehmen in der einen oder anderen Form geben wird.

Gerade gute Kommunikatoren schenken diesen weit verbreiteten internen und externen Aspekten grosse Beachtung. Sie arbeiten ständig am Thema Kommunikation nach innen und nach aussen. Dieses Programm gibt ihnen die Möglichkeit, weitere Optimierungsmöglichkeiten zu finden und zu nutzen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: Was kommunizieren?

4-tägiges St. Galler Strategie-Seminar mit dem Ziel, dank einer präzise formulierten Strategie eindeutig und klar nach innen kommunizieren zu können.

Stellen Sie sich einen Marketingleiter vor, der sein Werbebudget plant, ohne zu wissen, welche Geschäfte zum Kerngeschäft gehören und welche Geschäfte als Aufbaugeschäft besonders forciert werden müssen. Denken Sie sich ein in die berufliche Welt eines Chefs einer Fabrik, dem unklar ist, ob die Fertigung outgesourct werden soll oder ob die Mittel für eine Rationalisierungsinvestition mit Bekenntnis zum Fertigungsstandort bewilligt sind. Wie soll ein Verkaufsleiter die verkaufsaktive Zeit seiner Verkäufer steuern, wenn ihm unklar ist, ob Neukundenakquisition oder Kundenpflege die gewünschte Stossrichtung ist. Und wie soll der Corporate Identity Verantwortliche den Geschäftsbericht erstellen und die Unternehmens-Marke steuern, wenn noch unklar ist, ob die zentrale Erfolgsposition des Unternehmens die Innovationsführerschaft dank Forschung oder die Preis-Leistungs-Attraktivität dank Kostenführerschaft sein soll? Wie kann ein Leiter Human Resources Weiterbildungskonzepte entwickeln, wenn noch völlig offen ist, welche «human skills» in Zukunft benötigt werden?

Solche und ähnliche Beispiele finden sich in einem Unternehmen in beliebiger Menge. Ihnen allen gemeinsam ist, dass tüchtige, motivierte und leistungsorientierte Führungskräfte und Leistungsträger in ihrem persönlichen Wirkungsgrad geschwächt sind. Die Richtung fehlt. Die Weichenstellungen von oben sind unklar, diffus, nicht selten sogar widersprüchlich.

Das Unglaubliche dabei: Fragt man die obersten Führungskräfte, ist für diese alles klar. «Wir haben doch eine Strategie, alles ist definiert, ich verstehe gar nicht, wo Kommunikation fehlen soll!», sind häufig zu hörende Aussagen. Offensichtlich klafft eine Wahrnehmungslücke zwischen dem obersten Management, zu dessen Aufgaben das Vorgeben der Richtung gehört und dem Mittelmanagement, das die Umsetzung mit den operativen Ebenen steuern soll.

Das Fehlen an gemeinsam verinnerlichter Richtung führt in der Praxis zu zwei unterschiedlichen Verhaltensweisen: «Ungesteuerte Selbstorganisation» und «warten, bis alles klar ist». Bei der «ungesteuerten Selbstorganisation» nimmt man sich die Freiheit zu handeln. Mangels Richtung handelt man so, wie man aufgrund der Erfahrung, der wahrgenommenen Willensäusserungen des Top Managements und der eigenen Vernunft glaubt, die Ziele am besten erreichen zu können. Manchmal geht dies gut, manchmal daneben. Bei «warten, bis alles klar ist» wird zwar nichts getan, was falsch ist, dafür passiert aber auch nichts, nichts bewegt sich, und dies ist in den allermeisten Fällen das Falsche.

Im ersten Seminarteil beschäftigen wir uns daher mit der Frage der strategischen Richtung:

- > Strategie als Weichenstellung und Vorgabe für nachgelagerte Führungsebenen
- > Der St. Galler Strategie-Ansatz
- > Werte, Führungsphilosophien und normative Leitplanken vorgeben
- > Die obersten Unternehmensziele bestimmen
- > Handlungs- und Veränderungsbedarf analysieren
- > Die Strategieoptionen zur Verteidigung und zum Ausbau des Kerngeschäfts
- > Die Aufbaugeschäfte
- > Innovationsfelder und Aufbaugeschäfte der Zukunft
- > Die Kernkompetenzen
- > Differenzierung, Positionierung, Unternehmens-Marke
- > Stossrichtungen für Wachstum und Rentabilität
- > Nachhaltige Wertsteigerungskonzepte
- > Präzise Strategien für Unternehmen, Geschäftsfelder, Funktionen
- > Die bestmöglichen Strukturen und Prozesse
- > Leadership in der Umsetzung

Wir zeigen, wie diese Themen zu bearbeiten sind, um die Frage nach dem «Was kommunizieren?» für alle klar und verständlich darzulegen.

Teil 2: Wie kommunizieren?

3-tägiges Rhetorik-Seminar für Executives mit dem Ziel, das persönliche Kommunikationsverhalten nach innen und aussen, auch gegenüber Medien, zu optimieren.

Eine präzise Strategie zeigt die Richtung. Nun ist klar, was kommuniziert werden soll, was an Inhalten vermittelt werden kann, was nicht thematisiert werden soll. Zum kommunizieren Wollen gehört auch das kommunizieren Können.

Hier lauern viele Fallstricke. Eine falsche Handbewegung, ein falsches Wort oder ungeschicktes Verhalten können gewaltige Auswirkungen nach sich ziehen. Eine unbedachte Formulierung bei einer Rede kann hoch dekorierte Leistungsträger zum Rücktritt zwingen. Dass es so nicht gemeint war, glaubt nachher niemand mehr.

Hier gibt es jedoch auch gewaltige Chancen. Richtige Kommunikation versetzt Berge. Sprache und Bild sind starke Waffen. Um gezielt Botschaften zu platzieren. Um Bekanntheit zu schaffen. Um Image zu bilden, Reputation zu stärken. Um die eigene Positionierung in der Öffentlichkeit tief zu verankern. Um Vertrauen zu schaffen, Sympathie zu gewinnen.

Erfolgreiche Führungskräfte werden dazu gezwungen, nach innen und nach aussen zu kommunizieren. Ob sie dies gerne tun oder nicht, spielt dabei keine Rolle. Sie haben keine Wahl. Es gehört zu ihrem Job.

In diesem 3-tägigen Seminar haben Sie die Möglichkeit, die Erfolgsfaktoren für gekonnte Rhetorik von renommierten Kommunikationsexperten methodisch zu erlernen und anhand konkreter Praxissituationen einzuüben.

CORPORATE PROGRAMS & CONSULTING

Das Programm kann auch als firmeninterne Veranstaltung, massgeschneidert auf die Bedürfnisse Ihrer Unternehmung, gebucht werden.

Gerne stehen wir Ihnen auch als leistungsfähiger Partner für Unternehmensberatung zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30 | E-Mail inhouse@sgmi.ch

SEMINARDATEN (1 x 4 Tage + 1 x 3 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
SM3814	1. Teil	Davos	04.–07. März 2024
	2. Teil	Brunnen	18.–20. März 2024
SM3824	1. Teil	Luzern	17.–20. Juni 2024
	2. Teil	St. Gallen	23.–25. September 2024

Seminargebühr*: CHF 8500.– (zzgl. 8.1% MWST)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sma38

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich

ADMINISTRATION UND ORGANISATION

INFORMATION UND BERATUNG

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen zu den einzelnen Seminaren, Lehrgängen, Certificates oder für die telefonische Beratung zur Auswahl des für Sie geeigneten Weiterbildungs-Bausteins zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Telefax +41 (0)71 223 50 32

ANMELDUNG

Bitte füllen Sie beiliegende Anmeldekarte aus, und senden Sie diese an uns.

SGMI Management Institut St.Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St.Gallen

Telefax +41 (0)71 223 50 32

Internet www.sgmi.ch

E-Mail seminare@sgmi.ch

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- > die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- > Informationen zu Ablauf, Hotel und Anreise
- > das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung

Sollte das Seminar bereits ausgebucht oder eine Zulassung zu einem Certificate nicht möglich sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet. Kleinere Programmänderungen und Referenten-umstellungen bleiben vorbehalten.

SEMINARGEBÜHR, DIPLOMGEBÜHR, EURO

Die Seminargebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar und die Seminarunterlagen (alle Seminar- und Certificate-Gebühren zzgl. 8.1% MWST). In der Certificategebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomeil. Nicht enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung und Verpflegung, die vom Teilnehmer direkt dem Hotel zu bezahlen sind.

Mehrteilige Seminare können nur als Ganzes gebucht werden. Versäumte Seminartage oder Seminarteile können nicht nachgeholt werden. Die Seminar-, Certificategebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden.

UMBUCHUNG, STORNIERUNG

Umbuchungen von einer Seminar- oder Certificate durchführung auf eine andere sind nur einmalig bis 6 Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Gebühr von CHF 400.– möglich. Stornierungen sind bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos. Bei Stornierungen zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40 % der Seminar- resp. Certificategebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Certificategebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werkstage vor Seminarbeginn erfolgt.

Wir empfehlen, eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

HOTEL

Unsere Seminarhotels bieten unseren Seminarteilnehmern preisgünstige Seminarpauschalen an. Die Zimmerreservation übernimmt das SGMI Management Institut St.Gallen aufgrund Ihres retournierten Zimmerreservationsblattes. Wir bitten Sie, das Zimmerreservationsblatt auszufüllen und an SGMI, Bogenstrasse 7, CH-9000 St.Gallen, zu senden. Das Hotel stellt jedem Teilnehmer individuell Rechnung, die Bezahlung der Rechnung erfolgt durch den Teilnehmer direkt beim Auschecken am letzten Seminartag.

Die vollständigen «Allgemeinen Geschäftsbedingungen» können im Internet unter www.sgmi.ch/agb entnommen werden.

ANREISE ZUM SEMINARORT

Angaben zu Hotel und Anreise erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

ANMELDEKARTEN

Wir freuen uns über Ihre Anmeldung.
Bitte senden Sie uns den Anmeldebogen per Post, Fax oder E-Mail.

SGMI Management Institut St. Gallen
Bogenstrasse 7
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 (0)71 223 50 30
Telefax +41 (0)71 223 50 32
Internet www.sgmi.ch
E-Mail seminare@sgmi.ch

Bitte rufen Sie mich an. Ich interessiere mich für:

- Seminare, Programme
- Master, Diplome, Zertifikate
- Management Development
- Management Consulting
- SGMI Alumni

Name Vorname

Firma

Funktion

SGC 24

Telefon E-Mail

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGC 24

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum	Name	Vorname
	Geburtsdatum	
	Firma	
	Strasse	
	PLZ/Ort	
	Telefon	Fax
	E-Mail	Anzahl Beschäftigte
	Branche	Funktion
	Datum	Unterschrift

SGC 24