

OPTIMIEREN DES HEUTIGEN GESCHÄFTS

In diesem zweiteiligen Seminar lernen Sie, die Möglichkeiten des heutigen Geschäfts optimal zu nutzen und Programme zu lancieren, die es ermöglichen, bestehende Marktpositionen besser zu nutzen und bereits aufgebaute Ergebnis- und Rentabilitäts-potenziale optimal auszuschöpfen. Das Seminar richtet sich an Führungskräfte in General Management-Positionen, an solche, die in diese Positionen nachrücken wollen und an Leiter/innen von Profit Centers, die rasch bessere Ergebnisse in ihrem Verantwortungsbereich erzielen wollen.

KONZEPT

Es gibt Unternehmen, die sich in der Vergangenheit intensiv mit Innovation, neuen Strategien und Investitionen in die Zukunft beschäftigt haben. Nun ist es an der Zeit, diese Aufbauarbeit durch ein gekonntes operatives Management zu kapitalisieren.

Andere wiederum zeichnen sich dadurch aus, dass sie schon seit längerem mit ihrem Erfolg zufrieden sein dürfen. Zu zufrieden, denn gerade in sehr erfolgreichen Geschäften schlummert oft ein grosses ungenutztes Ergebnispotenzial, das sich sehr schnell und ohne vorgängige Kurskorrektur erschliessen lässt.

Zahleich sind auch jene Unternehmen, die es nicht schaffen, ihre starke Position am Markt in eine weit überdurchschnittliche Rentabilität zu überführen. Die Kernkompetenzen verpuffen, aus unterschiedlichen Gründen.

Und dann gibt es noch jene Vielzahl an Unternehmen, die gemäss neuesten Studien bis zu 30 % ihrer Aktivitäten mit Verlust abwickeln. Die Verlustbringer bleiben jedoch oft im Verborgenen. Sie verstecken sich hinter Gesetzmässigkeiten, die das Controlling nicht erfasst.

Mit hoher Wahrscheinlichkeit gehört auch Ihre Unternehmung einer dieser 4 Grundtypen an. Wenn Sie dieses Seminar besuchen, dann werden Sie dies für Ihren eigenen Verantwortungsbereich herausfinden. Sie erhalten ein Instrumentarium und ein Navigationssystem zur Optimierung des laufenden Geschäfts mit dem Ziel, ohne weitere Investitionen eine erhebliche, rasche Ergebnisverbesserung bewirken zu können.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: General Management im heutigen Geschäft

Die Marktpositionen und die dahinter liegenden Kompetenzen und Wettbewerbsvorteile sind das Resultat der Aufbauarbeit der letzten Jahre. Viel an Erfahrung, Engagement, Versuch und Irrtum sowie Investition musste aufgebracht werden, um das Geschäft von heute so weit zu bringen, wie es ist. Nun ist es höchste Zeit, sich nicht schon wieder primär mit Innovation und New Business Development zu beschäftigen, sondern diese Aufbauarbeit zu nutzen. Es ist die Zeit der Ernte. Aus Geschäftspotenzial soll ein

Geschäft werden. Im ersten Seminarteil wollen wir jedoch diese Aufbauarbeit näher beleuchten, aus ganzheitlicher Sicht und mit einem General Management-Ansatz. Im zweiten Seminarteil wird der Focus dann eingeeengt, dort beschäftigen wir uns primär mit der Frage der schnellen Ergebnis- und Rentabilitätssteigerung.

General Management im St. Galler Management-Ansatz

- > Der St. Galler Management-Ansatz
- > Heutiges Geschäft: Einordnung und Zusammenhänge
- > Resultatorientierung und Umsetzungsstärke

Die richtige Strategie

Basis für operationelle Exzellenz ist die richtige Strategie. Die heutigen Marktpositionen sind die Vorsteuerung für überdurchschnittliche Rentabilität. Sind wir in den richtigen Märkten mit den richtigen Marktpositionen vertreten? Sind allenfalls strategische Kurskorrekturen nötig oder können wir das Thema Strategie vorerst zugunsten des Ergebnismanagements zurückstellen?

Unsere Stärke im Marketing

Wettbewerbsvorteile müssen im Markt umgesetzt werden. Welches sind unsere entscheidenden Markterfolgstreiber? Unsere Marken? Unsere Einzigartigkeit? Unser geniales Vertriebsmodell? Kostenführerschaft und Preisaggressivität? Oder Nähe zum Kunden und einzigartiger Kundennutzen im Premium-Segment? Wie können wir zusätzliche Kraft in der Vermarktung des heutigen Geschäfts entwickeln?

Umsetzung im Verkauf

Jeder Markterfolg entscheidet sich letztlich im Verkauf. Innovationsstärke, leistungsfähige Produktion und gute Führungssysteme verpuffen, wenn die Stärke im Verkauf fehlt. Aufgabe des Verkaufsmanagements ist daher, eine für die Branche überdurchschnittliche Verkaufsstärke zu erreichen.

Effizienz-Management

Zur Optimierung des heutigen Geschäfts gehört es auch, an der eigenen Effizienz immer wieder von neuem zu drehen und die Prozesse laufend zu verbessern. Vorsprung dank IT ermöglicht so wichtige Vorteile wie «time to market», Kundennähe, Qualität, Kundenzufriedenheit, Transparenz und Flexibilität.

Teil 2: Ergebnissteuerung und Gewinnmanagement

Ernten als Führungsaufgabe

Führungskräfte stehen in der Pflicht, das Gewinnpotenzial eines Geschäftes auch zu nutzen. Wie funktioniert eine solche Erntestrategie? Wie geht man vor und welche Instrumente können eingesetzt werden, um ein Programm zur raschen Ergebnisoptimierung zu realisieren? Wie kann ein effektives und effizientes Controllingssystem gestaltet werden?

Das Controlling-Instrumentarium zur Ergebnissteuerung

- > Deckungsbeitragsrechnung
- > Vollkosten- und Teilkostenrechnungen
- > Kalkulationssysteme zur Mengenoptimierung
- > Break-Even-Analysen

Die Hebel zur Ergebnissteuerung

Wer Ergebnisse wie EBITDA, ROCE oder ROS schnell und ohne weitere Investitionen verbessern will, hat ein Arsenal an Möglichkeiten. Unsere Dozenten sind selbst seit vielen Jahren als Berater für Ergebnisverbesserung bei renommierten Unternehmen tätig. Anhand des St. Galler Gewinnmanagement-Modells lernen Sie diese Hebel und deren Verästelungen kennen. Sie erhalten ein Instrumentarium, das es Ihnen erlaubt, die eigenen Stellschrauben für Ergebnisverbesserung zu entwerfen und, in einem zweiten Schritt, konkrete Aktionsprogramme zu entwickeln. Alle Instrumente werden an diversen Praxisbeispielen erläutert, sodass eine absolute Vertraulichkeit eigener Daten gewährleistet bleibt.

Gewinnmanagement konkret gemacht

- > Der ROI-Stammbaum als Basis für aktives Gewinnmanagement
- > Die vier Hebel zur Gewinnsteigerung
- > Gewinnmanagement im Lichte der Break-Even-Analyse
- > Planung von Ergebnissteuerungsprogrammen durch konkrete Massnahmen

Die Umsetzung aus strategischer und wertorientierter

Controlling-Sicht

- > Aufbau von strategischen Controlling-Instrumenten
- > Die Balanced Scorecard (BSC) als Instrument zur Operationalisierung von Strategien
- > Performance Controlling
- > Unternehmensbewertung und Bewertung von Business Units als Basis eines wertorientierten Controllings
- > Methoden der Bewertung
- > Massnahmen zur nachhaltigen Wertsteigerung

Die Resultate

Die Resultate lassen sich in aller Regel sehen – Gewinnsteigerungen um 30 % oder mehr sind eher die Regel als die Ausnahme. Nach dem Motto «Tue Gutes und rede darüber» sollten die Resultate aufbereitet und intern kommuniziert werden. Dadurch werden auch Kollegen aus anderen Verantwortungsbereichen für ein solches Programm mobilisiert.

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 (2 x 4 Tage)

Sem.-Nr.		Ort	Datum
ML1414	1. Teil	Eich	15.–18. Januar 2024
	2. Teil	Wildhaus	03.–06. Juni 2024
ML1424	1. Teil	Wildhaus	11.–14. März 2024
	2. Teil	Wildhaus	03.–06. Juni 2024
ML1434	1. Teil	Davos	02.–05. September 2024
	2. Teil	Horn/St. Gallen	11.–14. November 2024

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

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/mls14

*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 Diplomteil. 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. Preisänderungen bleiben vorbehalten.

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 Werktage 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