

STRATEGISCHE GESAMTFÜHRUNG

2-teiliges Management-Seminar zu den Erfolgsfaktoren einer wirkungsvollen strategischen Gesamtführung. Besonders geeignet für Unternehmer, Vorstände, Mitglieder der Geschäftsleitung und des Top Managements.

KONZEPT

Erfolgreiche Unternehmen sind anders als ihre Konkurrenz. Sie sind einzigartig. Sie sind nicht austauschbar. Ihr Charakter ist unverwechselbar. Der Kundennutzen, den sie bieten, ist hoch und wird immer wieder von neuem bestätigt. Ihre Marke steht für etwas Spezielles. Ihr Vorsprung zur Konkurrenz ist verteidigungsfähig, denn er basiert auf Fähigkeiten, die nicht einfach kopiert werden können: Gut durchdachten, sorgfältig konzipierten und konsequent gesteuerten Erfolgspositionen.

Um entscheidende Wettbewerbsvorteile aufzubauen und zu sichern, braucht es Fokus und bewussten Ressourceneinsatz. Die Aufgabe des obersten Managements im Bereich der Strategischen Gesamtsteuerung ist, hier für Klarheit zu sorgen:

- > Was soll die zentrale Erfolgsposition des Unternehmens sein?
- > Was soll das eigene Unternehmen dauerhaft von seinen Wettbewerbern unterscheiden?
- > Welchen einzigartigen Nutzen soll die Unternehmung ihren Kunden bieten?
- > Wie erfolgt die Ausrichtung aller Unternehmensbereiche und Business Units auf die Prinzipien und Leitideen der Gesamtstrategie?

Im ersten Programmteil, dem 4-tägigen St. Galler General Management-Seminar, erhalten die Teilnehmenden eine Auffrischung des Managementwissens mit Best Practices und zahlreichen Praxisbeispielen. Im zweiten, 4-tägigen Strategie-Seminar werden besonders aktuelle Fragen zur bestmöglichen Strategie vertieft behandelt.

THEMENSCHWERPUNKTE

Teil 1: St. Galler General Management-Seminar

Unternehmer und unternehmerisch denkende Manager treiben das Business. Sie sind die Motoren des Wachstums, der kreative Unruheherd bezüglich Innovation und neuen Geschäftsmodellen, das Steuerungszentrum für Rentabilität und Unternehmenswert. Eine ihrer besonders wichtigen Aufgaben ist es, das Unternehmen gegenüber den Wettbewerbern optimal zu positionieren. Welches soll die zentrale Erfolgsposition des Unternehmens sein?

Neue Management-Konzepte

- > Die Entwicklung der Managementkonzepte
- > Der St. Galler Management-Ansatz
- > Ausführen – Führen – Steuern: Systemorientiertes Management
- > Ganzheitlichkeit und vernetztes Denken
- > Die Kunst, der Komplexität mit Einfachheit zu begegnen

Monitoring, Vision, Innovation

- > Trendbrüche und Diskontinuitäten frühzeitig erkennen
- > Dank Monitoring und Kreativität zu visionären Vorstellungen
- > Dank Veränderung des Kundenverhaltens sowie neuen Technologien zur Vision für das Geschäft der Zukunft
- > Innovationsmanagement und Business Development

Mit der richtigen Strategie zum Erfolg

- > Geschäftsfelder als Planungseinheiten
- > Das strategische Analysemodell
- > Kriterien für gute und erfolgversprechende Strategien
- > Strategische Optionen entwickeln und bewerten
- > Strategien formulieren

Strategien erfolgreich implementieren

- > Die häufigsten Implementierungsbarrieren in der Praxis
- > Umsetzung als zentrale Führungsaufgabe
- > Strategisches Controlling

Ergebnisse optimieren

- > Finanzielle Erfolge bewusst planen
- > Verlustquellen erkennen und beseitigen
- > Das Ergebnisoptimierungsmodell
- > Programme zur Gewinnsteigerung
- > Die zulässige Kostenposition bestimmen und erreichen
- > Ergebnisverbesserung durch mehr Kundennutzen, höhere Wertschöpfung, aktivere Marktbearbeitung bewirken

Leaderqualitäten als Basis für Unternehmertum

- > Welche Leaderqualitäten gefordert sind
- > Welche Persönlichkeitsmerkmale zeichnen Menschen mit unternehmerischen Fähigkeiten aus?
- > Wie können Entrepreneurship, Initiativekraft und Drang zu Resultaten in Mitarbeitern verankert werden?
- > Wie kann das eigene Unternehmertalent gefördert und noch stärker zum Einsatz gebracht werden?

Teil 2: Corporate Strategy

Jede Unternehmung hat eine Strategie. Oder besser gesagt: Jeder in der Unternehmung hat eine Strategie. Oftmals jedoch nicht dieselbe. Fehlt das «gemeinsame Ziehen am Strick», so steigen die Reibungsverluste, entstehen Spannungen, verliert die Unternehmung an Kraft.

Unsere jahrelangen Erfahrungen in der Strategieberatung lassen den Schluss zu, dass zwar alle Unternehmen eine Strategie verfolgen, oft aber nur mit halber Kraft. Woran dies liegt und wie das Top Management dies verändern kann, zeigen wir im zweiten Teil des Programms. Hier werden besonders wichtige Themen der strategischen Gesamtführung sehr praxisnah vertieft.

Strategische Gesetzmässigkeiten

- > Zwang zur Grösse oder bewusster Verzicht auf Marktanteilsstreben?
- > Innovation als Überlebensnotwendigkeit oder Innovationsführerschaft?
- > Alles selbst beherrschen oder nur Weniges selbst tun?
- > Kundenbedürfnisse befriedigen oder selbst Märkte schaffen?

Der Prozess der Strategiefindung

- > Die einzelnen Schritte im Strategieprozess
- > Die Steuerung eines Strategieprojektes
- > Instrumente und Vorgehen, um zu entscheidungsreifen Strategien zu kommen

Die eigene strategische Position bestimmen

- > Marktattraktivität und Wettbewerbsposition als Bestimmungsfaktoren der strategischen Position
- > Marktentwicklungen, Trends, Diskontinuitäten und Verdrängungsprozesse erkennen
- > Marktchancen und Marktlücken aktiv finden und schaffen

Strategievarianten entwickeln

- > Strategische Optionen gibt es viele
- > Wir behandeln die wichtigsten und zeigen deren Vor- und Nachteile
- > Welche strategischen Optionen führen in der konkreten Situation zum Erfolg?

Präzise Strategien formulieren

- > Strategien für Business Units und Geschäftsfelder
- > Verdichtung zur Unternehmensstrategie
- > Strategische Projekte, Ressourcenzuteilung
- > Benötigte Kernkompetenzen

Strukturen, Prozesse

- > Anpassung der Organisationsstruktur: oft unvermeidbar
- > Strategiekonforme Abläufe und Prozesse

Systeme und Führungsinstrumente

- > Anreizsysteme
- > Steuerungs- und Navigationssysteme
- > Strategisches Controlling

Implementierung

- > Häufige Gründe für Umsetzungsschwierigkeiten
- > Empfehlungen für eine wirkungsvolle Umsetzung

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
SM1314	1. Teil	Hallwilersee	04.–07. März 2024
	2. Teil	Luzern	17.–20. Juni 2024
SM1324	1. Teil	Davos	24.–27. Juni 2024
	2. Teil	St. Gallen	26.–29. August 2024
SM1334	1. Teil	Davos	24.–27. Juni 2024
	2. Teil	Luzern	11.–14. November 2024
SM1344	1. Teil	St. Gallen	28.–31. Oktober 2024
	2. Teil	Luzern	11.–14. November 2024

Seminargebühr*: CHF 9900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/sma13

*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.

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