

Management- Weiterbildung

St. Gallen
Business School

Seminare & Lehrgänge



Strategie **Management** Agil
Digital **Ausbildung** Verhalten
Kultur **Weiterbildung**
Vernetzt **Entwicklung** Struktur



sgbs.ch

2019

Seminarprogramm 2019



Christian Abegglen
Dr. oec. HSG
christian.abegglen@sgbs.ch
Geschäftsführender Direktor
und Präsident des Verwaltungsrates der St. Galler Business School



Andreas Rippberger
Dipl. Betr.-Wirt.
andreas.rippberger@sgbs.ch
Director Consulting
Spezialist für Strategie und Umsetzung



Markus Müllner
Dr. oec. HSG
markus.muellner@sgbs.ch
Director Corporate Programs
Spezialist für Führung 4.0 und Strategie



Robert Neumann
ao. Univ. Prof. Dr.
robert.neumann@sgbs.ch
Wissenschaftliche Leitung
MBA-Studiengänge der
St. Galler Business School

Wissenschaftliche Grundlage

Das Studienprogramm basiert auf dem Werk St. Galler «Konzept Integriertes Management», welches von unserem ehemaligen Vorsitzenden des Beirates der St. Galler Business School, Herrn Prof. Dr. Dres. h.c. Knut Bleicher massgeblich geprägt und entwickelt wurde.

Dieses Konzept zählt heute zu den Standards der modernen Management-Lehre.



Knut Bleicher[†]
Prof. Dr. Dres. h.c.
Alt-Beiratsvorsitzender der St. Galler Business School & Begründer des St. Galler Konzeptes

Knut Bleicher



Praxisorientierte Management Seminare

« Zielgruppe Executives, Mittleres Management, Nachwuchskräfte, Fachspezialisten – einteilige und mehrteilige Programme – in der Schweiz, Deutschland, GB, USA und Asien – anpassbar auf das individuelle Zeitbudget – ein einzigartiger Mix hervorragender Dozenten und aktuellster Themen – didaktisch kompakt vermittelt – sofort umsetzbar – seit mehr als 25 Jahren bewährt. »

« Maximaler Umsetzungseffekt auf Basis des St. Galler Konzeptes »



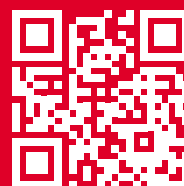
Seminare & Lehrgänge

hochkarätiger Wissenstransfer –
hervorragende Dozenten – sofort umsetzbar

St. Gallen Business School
Rosenbergstrasse 36
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 71 225 40 80
Telefax +41 71 225 40 89
E-Mail seminare@sgbs.ch

www.sgbs.ch



Das Angebot der St.Galler Business School	4
Seminars in English / Corporate Programs	7
General Management für Executives	
General Management Seminar für Executives	8
St. Galler Executive Business School	10
Effective Management Programm für Executives	12
CEO- & Geschäftsleitungs-Lehrgang	14
Group Management Seminar	15
International Senior Management Program	16
General Management für Juniors	
St. Galler Junior Business School	18
General Management Seminar für Juniors	20
Management-Intensivkurs für Nicht-Betriebswirtschaftler	22
St. Galler Betriebswirtschaftslehrgang	24
St. Galler Einsteiger-Lehrgang	26
Strategisches Management	
Strategisches Management für Executives	28
Strategisches Management in der Praxis	30
Hochleistungsorganisation – World Class Company	31
Future Strategy-Lehrgang	32
St. Galler Change Management Lehrgang	33
New Business – Digital Business – Transformation	
Business Development: Neue Geschäfte erfolgreich aufbauen	34
St. Galler Produktmanager Lehrgang	35
Change-Management: Den Unternehmenswandel nachhaltig managen	36
Digital Business Transformation	37
Social Media & Digitales Marketing	38
Digital Transformation & Agilität	39
Lean Management – Digitalstrategien	40
Design Thinking – Führung 4.0	41

Marketing & Verkauf

St. Galler Marketing Programm	42
St. Galler Verkaufs- & Vertriebsmanagement Programm	44
Strategische Marketing: Die Weichen richtig stellen	46
Strategisches Verkaufs- & Vertriebsmanagement	47
Key Account Management	48
St. Galler Produktmanager Seminar	49

Führungsverhalten

Persönliche Führungskompetenz	50
Die eigene Management-Kraft steigern	52
Personal Effectiveness	54
St. Galler Führungstraining	55
Personal Empowerment	56
Geschäfte und Konzepte gegen Innern und Aussen «verkaufen»	57

Leadership – Mitarbeiterführung – Führung 4.0

Leadership – St. Galler Führungsprogramm	58
Leadership für Executives: Die Weichen in der Führung richtig stellen	60
Leadership für Executives: Führung operativ erfolgreich umgesetzt	61
Die effektive Führungspersönlichkeit	62
St. Galler Führungsmethodik	63
Die kommunikative, verhandlungssichere Führungskraft	64
Selbstmanagement & Persönlichkeit	65

Finanzen – Controlling – Simulation – Anwendungstraining

St. Galler Finanzlehrgang	66
Finanzmanagement für Geschäftsführer/Executives	68
Mergers & Acquisitions	69
Finanz- und Rechnungswesen – Das zentrale Wissen kompakt	70
Finanzielle Führung: Bilanz & Erfolgsrechnung souverän managen	71
Gewinnmanagement	72
Controlling für Manager	73
Certified Management Expert (CME) – St. Galler Management Seminar	76
St. Galler Trainingscamp	78

Seminars in English 79

Anmeldung und Administration 80

Impressionen 82



Christian Abegglen
Unternehmen neu erfinden
Das Denk- und Arbeitsbuch
gegen organisierten Stillstand



Knut Bleicher,
Christian Abegglen
**«Das Konzept
Integriertes Management»**
9. Auflage



Knut Bleicher
Corporate Dynamics
Herausgegeben von
Christian Abegglen
Band 6

Der besondere Ehrgeiz der St. Gallen Business School besteht darin, Führungskräften, Fachspezialisten und erfahrenen Managern bewährte wie auch neueste Erkenntnisse aus Management-Forschung und -Lehre zu vermitteln.

Diesen Anspruch bemüht heute allerdings beinahe jede Fachhochschule, Universität, Business School und sonstige Ausbildungsstätte betriebswirtschaftlicher Prägung; gehört es doch offensichtlich zu den Kernkompetenzen derartiger Institutionen, Management zu lehren und zu unterrichten. Dabei stehen bei vielen Anbietern meist drei Zielgruppen im Vordergrund: Studenten ohne Berufserfahrung, jüngere Führungskräfte sowie gestandene Manager mit sehr grosser Führungs- und Berufserfahrung.

Diese Zielgruppen haben ganz unterschiedliche Bedürfnisse und Erwartungen. Geht es beim Studenten vornehmlich darum, ihm überhaupt einmal die Grundlagen des Wirtschaftens und damit ein sicheres theoretisches Fundament zu vermitteln, erwarten jüngere Führungskräfte vornehmlich das fachliche und methodische Rüstzeug, die täglich anfallenden Herausforderungen zu meistern. Gestandene Manager wiederum fordern einen «sparring partner», welche die typischen Problemstellungen von Top-Managern aus eigener Erfahrung kennen.

Besonders hervorheben möchte ich dabei die konsequente Ausrichtung der Lehrmethoden an der Selbstbefähigung der Seminarteilnehmer. Meiner Erfahrung nach trennt sich gerade dies bezüglich die Spreu vom Weizen.



Dr. Manfred Wittenstein
Gründer & Aufsichtsratsvorsitzender

Diese damit einhergehende Differenzierungsnotwendigkeit haben wir vor mehr als 25 Jahren als grosse Chance aufgegriffen und uns seither mit aller Kraft und unserem ganzen Ehrgeiz ausschliesslich auf die Zielgruppen «Führungskräfte und erfahrene Manager» konzentriert.

Managementwissen auf Augenhöhe vermitteln

Im Umgang mit diesen höchst anspruchsvollen Teilnehmerinnen und Teilnehmern haben sich im Laufe der Zeit auch ganz bestimmte didaktische und pädagogische Ansätze und Dozentenqualitäten als richtig herausgestellt, welche zu einem umfassenden Kompetenzgerüst in verschiedenen Bereichen führten.

Hochprofessionelle Seminarvorbereitung und Konzeption – Brillante Dozenten, griffige Umsetzung der St. Galler Lehre in die Praxis – Wertvoller Beitrag zur Unité de Doctrine und Team Spirit.



Munich RE



Beate Monastiridis-Dörr
Head of Marketing Consulting
Munich Re – München Princeton USA

Dieses besteht zum einen in einer fundierten Auswahl des in einer sehr kurzen Zeit zu vermittelnden Wissens: Dafür braucht es nicht nur ein grosses Mass an fachlichem Wissen, sondern auch Kenntnisse, was die Praxis gegenwärtig bewegt und was sich denn überhaupt in welchen Situationen wie anpacken lässt. Andere Aspekte betreffen die didaktischen und fachlichen Erfahrungen der Dozenten: Das Wissen, wie hoch verdichtete Informations- und Erfahrungsinhalte mit gestandenen Managern zu diskutieren sind, bedarf besonderer Dozentenqualitäten.

Ein Aufbau solcher fokussierter Kompetenzen benötigt Zeit und ist nicht von heute auf morgen zu bewerkstelligen. Diese Zeit haben wir uns genommen.

Daraus entwickelte sich eine «SGBS-Selektion des Wissens», welche wir für Führungskräfte und Manager als unverzichtbar erachten, welche sich für den Teilnehmenden aber nur erschliesst, wenn sie stufenadäquat vermittelt wird.

Sind diese wesentlichen Faktoren erfüllt, dann erst darf man mit Fug und Recht behaupten, auch Managementwissen für Manager «auf Augenhöhe» zu vermitteln. Erst dann entstehen Akzeptanz, Begeisterung und konkreter Umsetzungsnutzen bei den Teilnehmenden und Kunden.

Dank dieser einzigartigen Fokussierung auf ein Höchstmass an Praxistauglichkeit und auf hochkarätige Dozenten entwickelte sich die St.Galler Business School im deutschen Sprachraum zu einem

der profiliertesten und erfolgreichsten Weiterbildungspartner für Unternehmen.

Das daraus unmittelbar sichtbare Resultat sind die stetig sehr hohen Teilnehmerzahlen an offenen Seminaren, immer mehr Seminare durchführungen neu auch in Deutschland direkt, eine Vielzahl an langjährigen innerbetrieblichen Schulungskunden, eine rasant wachsende Zahl an AbsolventInnen unserer MBA- und Diplomstudiengänge sowie steigende Anfragen nach Kooperationen mit uns.

Deshalb sind heute viele unserer 90 Dozenten auch Beratungspartner von Top-Managern und Unternehmen geworden. Dozenten, die sich als solide Praktiker, «Manager auf Zeit» und Unternehmensberater einen Namen geschaffen haben. Unseren Dozenten ist gemeinsam, dass sie seit langem ihr Spezialgebiet pflegen und weiterentwickeln. Sie verstehen sich auch als Mittler zwischen betriebswirtschaftlicher Forschung und unternehmerischer Praxis.

Bei allen Ausbildungen steht maximaler Umsetzungseffekt im Vordergrund: Dabei orientieren wir uns an der systemorientierten Managementlehre und dem von unserem ehemaligen Beiratsvorsitzenden, Prof. Dr. Dres. h.c. Knut Bleicher, entwickelten St.Galler «Konzept Integriertes Management». Dieser heute zu einem Standard gewordene Ansatz ist Basis und Ausgangspunkt für unsere Schulungen.

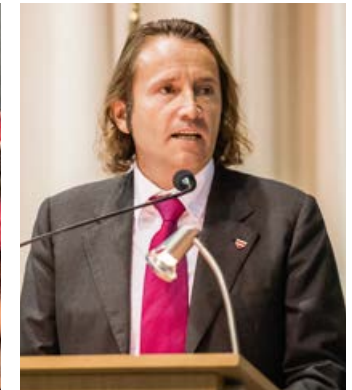
Das Konzept ermöglicht es uns, die Vielfalt betriebswirtschaftlichen Wissens in modular strukturierte Einheiten zu gliedern, ohne den Gesamtüberblick zu verlieren. So wird sichergestellt, dass wir uns jederzeit der Gesamtzusammenhänge bewusst sind. Dies erlaubt uns, Wesentliches von Unwesentlichem zu trennen. Das daraus vermittelbare Wissen soll Führungskräfte befähigen, ihre eigene Managementleistung zu optimieren und Unternehmen zum Erfolg zu führen.



Christian Abegglen
Dr. oec. HSG
christian.abegglen@sghs.ch
Geschäftsführender Direktor
und Präsident des Verwaltungsrates der St. Gallen Business School

Christian Abegglen

Das Angebot der St. Gallen Business School für Unternehmen und Führungskräfte



Zu den wesentlichen Ausbildungskategorien im offenen Seminar- & Diplombereich der St. Gallen Business School gehören:

Management Seminare

— Executive Management Seminare

Seminare für obere und oberste Führungskräfte, welche ihre Leistungsbereitschaft und -fähigkeit bereits unter Beweis gestellt haben und sich weiter qualifizieren und ihr Know-How aktualisieren wollen.

— Junior Management Seminare

Seminare für Nachwuchsführungskräfte ab ca. 28 Jahren und Führungspersönlichkeiten im mittleren Management oder Fachspezialisten ohne General Management-Wissen.

— Spezialisten Seminare

Seminare für Führungskräfte, Spezialisten und Stabsmitarbeiter, die sich in den Bereichen Finanzen, Controlling, Marketing, Strategie, Führungsverhalten u. a. m. weiterbilden wollen.

— Internationale Ausbildungen

Viele klassische Managementseminare werden auch in englischer Sprache durchgeführt. Zudem finden Seminare zu den Themen Strategie, Leadership, Finanzen und Marketing ebenfalls in englischer Sprache in Boston (Harvard Club), London (LSE), Shanghai (CEIBS) und Krakau unter Einbezug lokaler Universitäten und Firmen statt.

Diplom- & Zertifikatsstudiengänge

— Master- & Diplomstudienprogramme

Berufsbegleitende Diplomstudiengänge für Praktiker, welche eine höhere General Managementfunktion anstreben und dementsprechend eine umfassende betriebswirtschaftliche Ausbildung benötigen. Bereits besuchte Seminare oder Zertifikats-Ausbildungen werden angerechnet.

— Generalisten- & Spezialisten-Diplome

Vermittlung von vertieftem Know How in einem spezifischen betriebswirtschaftlichen Fachgebiet mit Diplomabschluss – mit späterer Upgrade-Möglichkeit in Richtung einer General Management Ausbildung

— Management-Zertifikate

Ausbildungen mit Zertifikatsabschluss für Führungskräfte, welche Ihr Praxiswissen theoretisch fundieren möchten oder für Nachwuchskräfte, welche sich Managementwissen in- nert kürzester Zeit aneignen möchten. Upgrade-Möglichkeit in Richtung einer General Management oder Spezialisten-Ausbildung

Bachelor- & MBA-Studiengänge

— Akademische B.A.- & MBA-Programme

B.A. Ausbildung für jüngere Führungskräfte (berufsbegleitend), die einen Hochschulabschluss nachholen wollen. MBA-Ausbildungen für erfahrene Führungspersönlichkeiten mit Hochschulabschluss (**International Executive MBA**) und für Nachwuchsführungskräfte ohne Hochschulabschluss (**MBA in Integrated Management**), welche einen akademischen MBA-Abschluss anstreben. Vorhandene Diplome werden – je nach Voraussetzung – angerechnet. **Berufsbegleitend. Maximale zeitliche Flexibilität** aufgrund des **modularen Ausbildungs-konzepts**.



Der Klassiker in der 9. Auflage

Der ganzheitliche Ansatz des St. Galler Management-Konzepts hat das Denken und Handeln unzähliger Manager in den letzten 25 Jahren nachhaltig beeinflusst. In Europas Standardwerk der Managementlehre finden Führungskräfte den Gestaltungsrahmen für die Zukunftssicherung ihrer Unternehmung.

Der Erfolg Knut Bleichers Lebenswerk zeichnet sich vor allem dadurch aus, dass komplexes Wissen in hohen Lesernutzen transformiert wird. Die 9. aktualisierte Auflage führt den Leser jetzt mit dem St. Galler Wissensnavigator von Christian Abegglen beim Nachschlagen, Querlesen und Umsetzen von der Theorie hin zur Praxis der integrierten Unternehmensentwicklung.

Jetzt mit St. Galler Startpaket!

Von der Ich-AG bis zum Weltkonzern haben Alumnis der St. Galler Business School den Wissensfundus mit der 9. Auflage erweitert. Exklusiv für Leser dieses Buches stehen Arbeitspapiere, Schautafeln, Roadmaps, Anleitungen und Gutscheine digital bereit.



9. Auflage

campus
Frankfurt · New York

Unternehmen neu erfinden

Das St. Galler Konzept Integriertes Management
praktisch umgesetzt

Das Denk- und Arbeitsbuch gegen organisierten Stillstand

Im Nachgang zur Jubiläumsausgabe «25 Jahre Integriertes Management Konzept» von Knut Bleicher folgte 2018 das passende Denk- und Arbeitsbuch dazu.

Über einen Mangel an Fachliteratur kann sich der Manager von heute wahrlich nicht beklagen. Für jedes Problem, mit dem er in seinem Unternehmen zu tun bekommt, gibt es den speziellen Ratgeber. Fast in Echtzeit kann er im Internet nachlesen, was an Universitäten und Managementschulen weltweit an vermeintlich Neuem erdacht und erarbeitet wird. Eindimensionale Patentlösungen wechseln einander ab wie die Frühjahrs- und Herbstkollektionen auf den Laufstegen der Modemacher. Sie versprechen dem Manager schnelle Hilfe mit der Garantie, dass schon im nächsten Quartal die Eigentümer jubeln und die Boni in die Höhe schnellen.

Was hat in diesem Umfeld ein 700-Seiten-Werk zu suchen, dessen Lektüre den vollen Einsatz des Lesers erfordert und dessen erste Auflage vor 25 Jahren erschien? Sicher, Knut Bleichers «Konzept Integriertes Management», das er aus dem St. Galler Management-Modell Hans Ulrichs entwickelt hat, gehört inzwischen zu den Standardwerken der Managementlehre. Aber steckt in dieser Zuordnung nicht schon die aktuelle Beurteilung? Hatte seinen Wert, war einmal state-of-the-art, ist in Ehren zu halten, aber die Entwicklung ist darüber hinweg gegangen?

Für die meisten «Standardwerke» wissenschaftlicher Fachliteratur trifft ein solches Urteil sicherlich zu. Nicht aber für die 9. Auflage des Konzepts Integriertes Management. Es mag paradox klingen. Aber gerade die eingangs angedeutete Entwicklung der Management-Lehre macht das «alte» St. Galler Konzept nützlicher und wichtiger denn je.

Denn heute stehen viele Führungskräfte im operativen Geschäft definitiv vor Neuland, sei es durch Digitalisierung, Plattformen, Vernetzung, Wertewandel oder Beschleunigung. Was tun? Was geht draussen vor sich? Wo wollen wir hin?

Der ganzheitliche Ansatz des St. Galler Management-Konzepts liefert den Gestaltungsrahmen für diese Fragen bislang vor allem auf der normativen und strategischen Ebene. Neu auch stark fokussiert auf die operative Ebene.

Wie das zu schaffen ist, welches die Stellschrauben für ein solches integriertes Vorgehen sind und wie sie zu bedienen sind, das zeigt das Werk «Unternehmen neu erfinden – Das St. Galler Konzept praktisch umgesetzt». Es hilft, Seite für Seite den Nebel zu lichten und aus drei Perspektiven RAUM, ZEIT, MENSCH Ziele zu erkennen und dorthin zu gelangen.

Praxisnah und damit interaktiv wie auch die Seminare der St. Galler Business School gliedert sich das Buch in einen Leseraum und in einen Arbeitsraum, welche einladen, Antworten auf eine immer komplexere Welt zu geben.

Viele Antworten darauf finden Sie in unseren praxisnahen Management-Seminaren, keine Worthülsen, sondern direkt umsetzbares Wissen für die Praxis.

Dr. Christian Abegglen



St. Galler Allgemeine Buch

Open Programs

Management Seminars and Programs in English – Overview 2019

International Senior Management Program

General Management for Executives

Strategy Week

Finance Week

Leadership Week

Effective Negotiation & Communication

International Junior Management Program

General Management for Juniors

Essentials of Marketing

Finance for Non-Financial Managers

Essentials of Leadership

Online Marketing and Social Media

Sales Management

Corporate Programs – Inhouse

Interne Durchführung von «offenen» Seminaren

Das überbetriebliche Seminar wird 1:1 als Inhouse Seminar für die Führungskräfte aus Ihrem Unternehmen durchgeführt. Dabei wird neben allgemeinen Beispielen (zur Wissensvermittlung) auch auf spezifische interne Herausforderungen eingegangen und diese werden anhand der St.Galler Methodik überprüft und hinterfragt. Der Konzeptionsaufwand dieser Schulungsvariante hält sich dabei in Grenzen. Sämtliche der in dieser Broschüre vorgestellten Ausbildungsprogramme führen wir auch als firmeninterne Veranstaltung durch.

Massgeschneiderte Inhouse Seminare

Die Seminarinhalte werden im Rahmen einer intensiven Vorbereitungs- und Konzeptionsphase genauestens auf Ihre Bedürfnisse und Ziele zugeschnitten. Dabei werden intensiv auch Aufgabenstellungen der Teilnehmenden berücksichtigt, so dass einzelne Seminartage einen workshopartigen Charakter aufweisen und im Seminar bereits konkrete Umsetzungsergebnisse erarbeitet werden. Dabei können gezielt Inhalte unterschiedlicher überbetrieblicher Seminare kombiniert und den Bedürfnissen Ihres Unternehmens angepasst werden.

Kombination über- und innerbetrieblich

Im Rahmen eines längerfristig angelegten Schulungskonzepts können Semi-

narblöcke aus dem überbetrieblichen Angebot mit massgeschneiderten internen Blöcken kombiniert werden. Dies ermöglicht den Teilnehmern einen Wissensaustausch mit anderen Branchen und Unternehmen (in den überbetrieblichen Seminaren) und andererseits den Aufbau eines Teamgedankens und internen Austauschs.

Einfaches Training oder komplexer Lehrgang?

Die Gestaltungsmöglichkeiten für interne Schulungen lassen sowohl «einfache» Inputblöcke zu spezifischen Themen wie auch komplexe, auf längere Zeit ausgerichtete Lehrgänge zu.

Dr. Dirk Haft
Vorstand
WITTENSTEIN SE

«Weil die SGBS ganz klar die beste Reputation am Markt hat.»



So können wir das optimale Weiterbildungsprogramm vor dem Hintergrund des engen Zeitbudgets heutiger Führungskräfte gemeinsam mit Ihnen entwickeln.

Durchführung – Seminarsprachen

Die Schulungen können sowohl in firmeneigenen Schulungszentren, nahestehenden Seminarhotels oder in den bekannten Seminarzentren der St.Gallen Business School durchgeführt werden. Nach Wunsch erfolgt die gesamte Seminarorganisation über die Administration der St.Gallen Business School. Die Seminare können in Deutsch, Englisch, Französisch oder Spanisch durchgeführt werden.

Für Ihre Anfragen steht Ihnen unser Leiter der Inhouse Seminare, Herr Dr. Markus Müllner, gerne jederzeit zur Verfügung.



Dr. Markus Müllner
Director Corporate Programs

markus.muellner@sgbs.ch
Tel +41 71 225 40 80
Fax +41 71 225 40 89



General Management Seminar für Executives

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2018

Nr.11418 **4. Durchführung 2018**
26. – 29. November 2018
Zürich

2019

Nr. 11119 **1. Durchführung 2019**
21. – 24. Januar 2019
Zürich

Nr. 11119-E **2. Durchführung 2019**
February 18 – 22, 2019
Davos **(5 days in English)**

Nr. 11219 **3. Durchführung 2019**
20. – 23. Mai 2019
St. Gallen

Nr. 11219-E **4. Durchführung 2019**
October 14 – 18, 2019
Berlin **(5 days in English)**

Nr. 11319 **5. Durchführung 2019**
7. – 10. Oktober 2019
Flims

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 5400.–/€ 4900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/11

Zielgruppe

Das Seminar ist ausgerichtet auf Führungskräfte, denen der Besuch eines längeren Lehrgangs nicht möglich ist, welche aber trotzdem nicht auf aktuellstes Managementwissen verzichten bzw. sich aktualisieren wollen:

1. Führungskräfte der oberen Ebenen, die einen umfassenden Überblick über die neuesten Möglichkeiten ganzheitlicher Unternehmensführung erhalten wollen.
2. Geschäftsbereichs-, Business- Unit- Verantwortliche und Profit-Center-Leiter, die praktische Umsetzungsmöglichkeiten in ihrem Verantwortungsbereich suchen.
3. Verantwortliche von Zentralfunktionen, die wichtige Gestaltungs- und Entwicklungsaufgaben wahrnehmen.
4. Spezialisten, die sich Wissen zur Leistungssteigerung in ihrem Bereich aus ganzheitlicher Sicht aneignen wollen.



Konzeption

Mit dem Wandel der Märkte und neuen Technologien wandeln sich die Methoden der Unternehmensführung rasant.

Zahlreiche Ansätze stehen Executives zwar zur Verfügung, diese Vielzahl sorgt aber gleichzeitig für Verunsicherung. Hier setzt das Seminar an: Es vermittelt anhand des St. Galler Ansatzes die Essenz des heute unverzichtbaren Managementwissens. Es stellt die wichtigsten, praxiserprobten Themen des modernen Managements griffig und umsetzungsorientiert dar.

Digital Business

Dabei wird sowohl auf neueste Managementpraktiken und digitale Geschäftsmodelle als auch auf bewährtes Managementwissen zurückgegriffen.

Referenten und Methodik

Die erfahrenen Referenten genügen höchsten Anforderungen und repräsentieren den neuesten Stand des Managementwissens aus theoretischer und praktischer Sicht.

Die Seminarinhalte basieren auf der ganzheitlichen, integrierten St. Galler Managementlehre von Prof. Dr. Dres. h.c. Knut Bleicher, ehemaliger Beiratsvorsitzender der St. Galler Business School.

Themen im Überblick

- Worin unterscheidet sich gutes von schlechtem Management?
- Welche aktuellen Managementkonzepte haben sich bei Unternehmen bewährt?
- Welche Auswirkungen hat die «Digital Economy» auf unsere Branche und unser Geschäftsmodell?
- Wie lassen sich grosse Lücken in der Marktleistung finden und in Marktanteilsgewinne ummünzen?
- Wie ist mit digitalen Angreifern umzugehen?
- Welche Hürden sind zu beseitigen, um das volle Leistungspotential von Mitarbeitenden zu erreichen und Veränderungsprozesse rasch zu bewältigen?
- Welches sind die Dos & Don'ts meines Kommunikationsverhaltens?
- Welche (finanziellen) Steuergrössen benötigen Executives?
- Wie werden Gewinnpotentiale konsequent erschlossen?

Themenblöcke

Managementkonzepte, die man kennen muss

- Managementkonzepte von heute: Der sich verschärfende Wettbewerb und Digitalisierung als Auslöser
- Bausteine des St. Galler Management Ansatzes: Das Netzwerk der ganzheitlichen Unternehmenssteuerung
- Das Unternehmens- und Menschenbild im Wandel: Das Produktivitäts-Paradoxon – Führung 4.0
- Umgang mit Komplexität, Skaleneffekte im Zentrum
- Konzeptionelle und methodische Grundlagen für Manager/innen: Wo habe ich Nachholbedarf?

Von Spitzenleistungen anderer lernen: Diskontinuitäten und neue Geschäftsmodelle nutzen

- Das eigene Geschäft verstehen: Ändern sich unsere Branchenstrukturen?
- Den Konkurrenten begreifen: Wie ticken digitale Angreifer?
- Den Besten nachahmen: Wer Geschäftsmodelle nicht anpasst, geht hohe Risiken ein

Strategische Führung und digitale Angreifer

- Kundennutzen als Fixstern: Markt- und bedürfnisorientierte Unternehmenskulturen aufbauen
- Analyse der Markt-Erfolgspotentiale als Basis echter Marktkompetenz
- Instrumente zur Umsatz- und Marktanteilsausweitung – Erfahrungen aus der Praxis schnellwachsender Unternehmen
- Suchfelder zur Schaffung kundenproblemorientierter Produkte: Klassisch oder digital?
- Wettstreit der Kompetenzen: Evaluation der eigenen Kernkompetenzen und Potenziale von Netzwerkorganisationen

Marketing-Management

- Strategische Segmentierung von Kunden und Märkten zur Dynamisierung und Absicherung von Märkten
- Anspruchsvolle Markenführung: Brand Naming – Brand Design – Internationale Markenpraxis
- «Best Practices» im Marketing und Verkaufsmanagement: Wann ist ein Redesign des Verkaufsmanagement-Ansatzes nötig?
- Marktstrategien für überdurchschnittlichen Erfolg

Struktur- & Prozessmanagement

- Disruptive Technologien, die eine Neugestaltung von Identität und Geschäftsprozessen erfordern
- Strukturgestaltung und Fähigkeitsentwicklung: SGFs und Business Units richtig stanzen
- Schlankes Management als Wachstumsbremse?

Leadership & Kommunikation

- Das Potential echter sich selbst führender Teams: Welche Rolle spielt der Chef?
- Leadership entwickeln und fördern – Was ist heute anders?
- Der Schlüsselfaktor Sozialkompetenz
- Die Wirksamkeit der eigenen Management-Kraft vervielfachen
- Change Management und Re-invent: Bewährte und neue Vorgehensweisen
- Das eigene Kommunikationsverhalten auf den Prüfstand stellen: Dos & Don'ts.



Andreas Rippberger, Dipl.-Betr.-Wirt
Dozent der St. Gallen Business School

Kosten- & Ertragssteuerung

- Die entscheidenden «Value Drivers» zur integrierten Steuerung der Ertragskraft: Wo liegt bei uns das grösste Potenzial brach?
- Wie kann man den Unternehmenswert kontinuierlich und nachhaltig steigern?
- Effektive Controlling-Instrumente für Praktiker: Modernes Finanzmanagement für Executives auf den Punkt gebracht
- Benchmarking richtig eingesetzt: Wie lerne ich von den Besten?
- Cashflow-, Rentabilitäts- und Kostenziele erreichen

Seminarunterlagen

Die Teilnehmer/innen erarbeiten während des Seminars Arbeitsinstrumente, Simulationsmodelle und Checklisten für die eigene Praxis.



St. Galler Executive Business School

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 12119 **1. Durchführung 2019**

1. Teil Leadership: 28. – 31. Jan. 2019
2. Teil Strategie: 18. – 21. Feb. 2019
3. Teil Finanzen: 25. – 28. März 2019
Davos/DE-Stuttgart/DE-Köln

Nr. 12219 **2. Durchführung 2019**

1. Teil Leadership: 25. – 28. März 2019
2. Teil Strategie: 8. – 11. April 2019
3. Teil Finanzen: 2. – 5. Sept. 2019
DE-Rottach-Egern/Zürich/
Luzern

Nr. 12319 **3. Durchführung 2019**

1. Teil Strategie: 8. – 11. April 2019
2. Teil Finanzen: 2. – 5. Sept. 2019
3. Teil Leadership: 9. – 12. Sept. 2019
Zürich/Luzern/Luzern

Nr. 12419 **4. Durchführung 2019**

1. Teil Strategie: 1. – 4. Juli 2019
2. Teil Finanzen: 2. – 5. Sept. 2019
3. Teil Leadership: 18. – 21. Nov. 2019
DE-Bergisch-Gladbach/
Luzern/DE-Berlin

Dauer: 3 x 4 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. bzw. 3. Teil möglich.

Seminargebühr*: CHF 9900.–/€ 8900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Zielgruppe

In der 12-tägigen St. Galler Executive Business School (3mal 4 Tage) werden die wesentlichen Herausforderungen an die Managementaufgaben des Executive Managers/der Executive Managerin und alle bedeutenden Themen der Betriebswirtschaft umfassend dargestellt und trainiert.

1. Führungskräfte der obersten und oberen Führungsebene.
2. Unternehmer, Geschäftsleitungsmitglieder, Vorstände, Direktoren, Geschäftsführer.
3. Führungskräfte mit General Management Verantwortung.
4. Verantwortliche von bedeutenden Unternehmenseinheiten mit Ergebnisverantwortung.
5. Funktional tätige Führungskräfte, die sich auf Herausforderungen mit strategischer und operativer Verantwortung vorbereiten wollen.

Konzeption

Welche Kraft entwickeln Visionen, die nicht in Form strategischer Ziele konkretisiert werden? Was nützen Strategien, die nicht umgesetzt werden können, weil sie nicht mit Unternehmenskultur oder Anreizsystemen abgestimmt sind? Wozu dienen Innovationskraft und Kreativität, wenn Vermarktungs-Fähigkeiten fehlen? Was bringt die Einführung eines Lean- und Innovationssystems, wenn Überkomplexität und träge Strukturen jede Eigeninitiative im Keim ersticken? Wohin führen Pioniergeist und Taten-drang, wenn die nötigsten Führungssysteme fehlen, um die Unternehmung steuern zu können?

Exzellente Führungsleistungen zu erbringen, heisst

- auf der Basis eines normativen Wertgefüges (Normatives Management) die Unternehmensentwicklung in die richtige Zukunft zu lenken (Strategisches Management).
- die bestehenden Potentiale in eine optimale Ertragskraft zu überführen (Gewinnmanagement).
- dank Leadership hohe Mitarbeiterleistung bei hoher Arbeitszufriedenheit zu erreichen (Human Resources Management).

Methodik

Dieser Top-Management-Lehrgang basiert auf dem St. Galler Management-Ansatz und den praxiserprobten Weiterentwicklungen zur ganzheitlichen, integrierten St. Galler Managementlehre. Neueste wissenschaftliche Erkenntnisse der Managementlehre und -forschung fliessen dabei kontinuierlich ein.

Professionalität

Erfahrene Referenten, qualitativ hochstehende Unterlagen, interessantes, abwechslungsreiches Detailprogramm mit Fallstudien aus der Praxis sowie persönliche Diskussion und individuelle Fragen.

Praxis- und Wissenschaftsbezug

Top-Dozenten mit einem reichhaltigen Erfahrungsschatz: Diese sind seit Jahren für renommierte Unternehmen als Berater, Trainer oder in obersten Funktionen in der Wirtschaft tätig.

Digitalisierung

Auf Chancen und Risiken aufgrund zunehmender Digitalisierung wird ein besonderes Augenmerk gelegt.

Themen

Ganzheitlicher Management-Erfolg

- Das neue Management-Verständnis
- Die Produktivität der Führung
- Der St. Galler Management-Ansatz

Geschäftsmodelle für digitale Zeiten

- Evolutionäres Management: Strukturen und Prozesse als Spielregeln für neue Geschäfte
- Die Bildung autonomer Unternehmensbereiche für künftiges Wachstum in neuen Feldern

Strategisches Management

- Dank Visionen neue Wege gehen
- Neue Regeln im Wettbewerb: Industrie 4.0, Value Chain Intelligence, Netzwerke
- Strategieplanung mit economies of scale, scope, density, time
- Die optimale Betriebsgrösse
- Das Management der Kernkompetenzen und die Kunst, im Zeitwettbewerb zu gewinnen: Marketime
- Strategien und Organisationsformen, welche die Gewinnschwelle tief halten: Netzwerkorganisation
- Preisaggressive Strategien werden möglich dank Digitalisierung

Marketing – Branding

- Branding-Strategien für neue Märkte richtig entwickeln, Erschliessung unbekannter Zielgruppen und neuer digitaler Vertriebswege
- Unser Unternehmen als Brand: Auf der Suche nach den «Best Practices»
- Die Marke-Ich: Persönlichkeiten als Marke
- Marketing-Mix, Preisstrategien, Markenführung und Markenmoderation in Social Media

Leadership/Kommunikation

- Das Führungsverhalten von Leadern: Was ist heute anders?
- Führungsverhalten in schwierigen Situationen
- Die Führungskraft als Coach
- Persönliche Führungskompetenz: Wege zu «Winning Spirit»

Kommunikation für Executives

- Erfolgreiche Kommunikation nach Aussen und Innen: Elemente der kommunikativen und emotionalen Kompetenz – Konflikte managen
- Kommunikation in heiklen Situationen: Psychologische Grundlagen, Verhalten bei unfairer Dialektik, Schwierige Fragen meistern

- Rede und Antwort stehen unter Druck: Der Werkzeugkasten für den Notfall

Finanzielle Führung

- Die finanzielle Gesamtverantwortung des Executive Managements
- Zusammenhänge zwischen Bilanz und Erfolgsrechnung erkennen
- Die wichtigsten Kennzahlen zu Rentabilität und Stabilität souverän beherrschen
- Der Cash Flow als wesentliche finanzielle Grösse: Anwendungsmöglichkeiten
- Finanzielle Eckwerte vorgeben und kontrollieren – Der Management-Erfolgsbericht
- Ableitung von operativen Jahresbudgets aus den strategischen Eckwerten
- Strategische Frühwarnkonzepte und griffige Controlling-Instrumente für Executives

Gewinnmanagement

- Die Instrumente zur nachhaltigen Ertragsverbesserung durch Bestimmung und Analyse der wichtigsten «Value- and Cost-Drivers»:
 1. Umsatzsteigerungspotentiale erkennen

2. Kostensenkungsmanagement
3. Deckungsbeitragssteigerung und Margenverbesserung
4. Den Kapitaleinsatz optimieren

M&A, Sanierung, Management-Buy-out

- Bewertung unterschiedlicher Branchen und Unternehmen: Praxisbeispiele und neueste Erkenntnisse
- Konkurrenzanalysen dank richtiger Interpretation veröffentlichter Geschäftsberichte
- Kauf und Verkauf von Unternehmen
- Wachsen oder Ausschütten?
- Start-ups bewerten
- Sanieren oder Reissleine ziehen?



Dr. Lüder Tockenbürger
Dozent der St. Galler Business School

Effective Management Programm für Executives

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 13119 **1. Durchführung 2019**

- 1. Teil Strategie: 21. – 24. Januar 2019
- 2. Teil Hochleistung: 1. – 4. April 2019
Zürich/St.Gallen

Nr. 13219 **2. Durchführung 2019**

- 1. Teil Strategie 20. – 23. Mai 2019
- 2. Teil Hochleistung: 19. – 22. Aug. 2019
St.Gallen/Luzern

Nr. 13319 **3. Durchführung 2019**

- 1. Teil Hochleistung: 19. – 22. Aug. 2019
- 2. Teil Strategie: 7. – 10. Oktober 2019
Luzern/Flims

Nr. 13419 **4. Durchführung 2019**

- 1. Teil Strategie: 7. – 10. Okt. 2019
- 2. Teil Hochleistung: 9. – 12. Dez. 2019
Flims/Luzern

Dauer: 2 x 4 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. Teil möglich.

Seminargebühr*: CHF 8400.–/€ 7600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/13

Zielgruppe

Dieses 8-tägige, in zwei Teilen durchgeführte Management-Programm richtet sich ausschliesslich an Führungskräfte mit mehrjähriger Erfahrung, die über theoretisches und praktisches Management- und Betriebswirtschaftswissen verfügen.

1. Vorstände, Mitglieder der Geschäftsleitung.
2. Geschäftsführer, Unternehmensbereichs-, Profit-Center-Leiter oder deren Nachfolger.
3. Führungskräfte der oberen Führungsebene.
4. Praktiker mit umfassenden Entscheidungskompetenzen, die auch Nicht-Betriebswirtschaftler sein können.
5. Leiter von Zentralstellen.
6. Verantwortliche für strategische Projekte und grössere Vorhaben.

Konzeption

In allen Branchen stehen immer diejenigen Unternehmen an der Spitze, die es am besten verstehen, Wissen konsequent in Ergebnisse zu überführen. Diese Fähigkeit ist gleichzeitig der einzige auch langfristig stabile Erfolgsfaktor, den Unternehmen in einem dynamischen Umfeld aufbauen können. Hier über überdurchschnittliche Stärken zu verfügen, erfordert ein zielgerichtetes, systematisches Training in allen Belangen des Managements.

Nur wer sich regelmässig damit befasst, wie die besseren Entscheidungen rascher gefällt, wie ehrgeizige Konzepte verwirklicht, wie schwierige, unerwartete Situationen gemeistert werden, ist auch unter realen anspruchsvollen Rahmenbedingungen in einem sich rasch wandelnden immer digitaleren Umfeld überdurchschnittlich erfolgreich.

Mit dem anspruchsvollen Seminar bieten wir Executives die Möglichkeit, ihr bestehendes Management- und Betriebswirtschaftswissen anwendungsorientiert einem intensiven Check-up zu unterziehen, schwierige Unternehmenssituationen systematisch zu reflektieren, situationsgerechte Lösungen zu finden sowie häufige Praxisprobleme kritisch zu hinterfragen.

Nutzen – Themenübersicht

Anhand zahlreicher betrieblicher Problemstellungen, Entscheidungssituationen und Fallstudien trainieren Sie alle wichtigen Facetten des heutigen Managements, überführen praxisrelevante Aufgabenstellungen in Lösungen und überprüfen die Gesamtauswirkungen Ihrer Ergebnisse.

Sie erhalten professionelle, vorstrukturierte Arbeitsinstrumente, Checklisten und Tools, die Sie anschliessend im eigenen Unternehmen einsetzen können.

Im Verlauf des Seminars besteht die Möglichkeit, eigene Praxis-Aufgabenstellungen individuell mit den Referenten zu besprechen bzw. – falls gewünscht – in das Plenum einzubringen.

- **Optimale Strategien – Digitale Geschäftsmodelle**
- **Marketing-Fitness, Vertriebsmanagement**
- **Die eigene Führungsleistung**
- **Ergebnisverbesserung Controlling**
- **Erfolgsversprechende Strukturen**
- **Change Management und Umsetzung in die Praxis**

Themen

Management in digitalen Zeiten

- Das Wirkungsgefüge des ganzheitlichen Managements erkennen: Der Weg zu dauerhaftem Erfolg statt schneller Scheinlösungen und Moden
- Aufbau einer «Balanced Scorecard» als Navigationshilfe: Trügerische Orientierungspunkte zum Voraus erkennen
- Technologieschub und Digitalisierung: Worauf ist zu achten?

Strategieerarbeitung – alte versus neue Geschäftsmodelle

- Der Weg zur einfachen und klaren Strategie ist komplex: Das Phasenkonzept, um Leitplanken zu entwickeln, strategisch relevante Themen auszuwählen, Optionen auszuloten und die Weichen richtig zu stellen
- Wie aus Strategien griffige Massnahmenpläne resultieren
- Von der Strategie zum Geschäftsmodell: Schritte auf dem Weg zur Zielstruktur
- Effiziente versus effektive Strukturen und Prozesse, Netzwerk versus Palastorganisation

Marketing-Fitness, Vertriebsmanagement

- Die eigene Marktposition optimieren, sichern und anpassen
- Instrumente der Kundenbedürfnis- und Marktevaluation
- Zielgruppenkonzepte und Profilierung: Kundenprobleme sichtbar besser lösen – Customer Insights – Branding
- Marketing-Entscheide in klare Vertriebsvorgaben ummünzen: Multi-Channel-Marketing in digitalen Zeiten: Strategien für überdurchschnittlichen Erfolg

Ergebnisverbesserungs-Programme steuern; Planung und Budgetierung

- Die entscheidenden Hebel zur Prüfung und raschen Optimierung der Ertragskraft
- Definition von realistischen Rendite- und Cash-flow-Zielen
- Überführen strategischer Pläne in Planzahlen und Budgets
- Den eigenen Verantwortungsbereich wirksam mit Kennzahlen führen: Die Entwicklung eines persönlichen Kennziffern-Gerüsts

Die eigene Führungsleistung ausloten

- Erkennen der Schwachstellen in der Führung und Kommunikation
- Der Wirkungsgrad einer Führungskraft hängt von zahlreichen Faktoren ab: Sie analysieren die wichtigsten Aspekte und bestimmen Instrumente, Verhaltensweisen und Kommunikations-Kraft einer effektiven Führungskraft
- Führen nach «oben» und «unten»

Erfolgsversprechende Strukturen, Organisationskonzepte & Prozesse

- Methoden und Instrumente zur Neugestaltung von Geschäftsprozessen
- Chancen von neuen Strukturen und Führung 4.0
- Strukturgestaltung und Fähigkeitsentwicklung: Wie vorgehen? Der Weg zu Innovationsführerschaft
- Neue Aspekte des Outsourcings: Das virtuelle Unternehmen & Plattformen
- Wettstreit der Kompetenzen: Evaluation der eigenen Kernkompetenzen – Wege zu Business Excellence und Digital Readiness

Change Management

- Die richtigen Impulse der obersten Leitung sind entscheidend
- Aufbau von Hochleistungs-Teams: Das Paradigma der Selbstorganisation in Gruppen
- Der Schlüsselfaktor Sozialkompetenz, Verhalten und Kommunikation
- Die Elemente des Change Managements: Synthese von Bewährtem und Neuem
- Kreation von Tatendrang und Dynamik – Potentiale mobilisieren
- Entwicklungsprozesse professionell managen

Umsetzung in die Praxis – Implementierung

- Die bestehende Kultur im Hinblick auf Veränderungen erfassen und abbilden
- Das St. Galler Implementierungs-Barometer: Barrieren und Hemmnisse auf dem Weg zu neuen Kulturen und Strukturen vorab erkennen
- New Leadership: Dank vorgelebten neuen Werten und Verhaltensänderungen zu einer veränderungsorientierten Kultur

CEO- & Geschäftsleitungs-Lehrgang

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

- Nr. 14119 **1. Durchführung 2019**
1. Teil 18. – 21. März 2019
2. Teil 8. – 11. April 2019
Luzern/Flims
- Nr. 14219 **2. Durchführung 2019**
1. Teil 8. – 11. Juli 2019
2. Teil 2. – 5. September 2019
DE-Rottach-Egern/Luzern
- Nr. 14319 **3. Durchführung 2019**
1. Teil 5. – 8. November 2019
2. Teil 25. – 28. November 2019
DE-Bergisch-Gladbach/
St. Gallen
- Nr. 14419 **4. Durchführung 2019**
1. Teil 5. – 8. November 2019
2. Teil 10. – 13. Dezember 2019
DE-Bergisch-Gladbach/
DE-Berlin

Dauer: 1 x 5 Tage und 1 x 4 Tage

Seminargebühr*:
CHF 9700.–/€ 8800.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/14

Zielgruppe

1. Direktoren, Vorstände, Unternehmer, Gesellschafter, CEOs
2. Führungskräfte der oberen Ebenen, die sich auf eine C-Level-Position vorbereiten wollen
3. General Manager, Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer
4. Führungskräfte, die sich auf eine bedeutende neue Funktion vorbereiten wollen

Die Aufgaben eines CEOs sind höchst vielschichtig und komplex. Praxis und Wissenschaft versuchen, immer bessere, verfeinerte Instrumente und Erkenntnisse zu liefern. Diese in verdichteter und konzentrierter Form darzustellen und anhand zahlreicher Beispiele aus der Unternehmenspraxis zu vertiefen, ist das Konzept dieses aktuellen, anspruchsvollen Lehrgangs.

Konzeption

Führung ist in den letzten Jahren anspruchsvoller geworden. Ergebnisverantwortliche Führungskräfte sehen sich einem zunehmenden Erwartungsdruck und neuen Herausforderungen ausgesetzt:

- Digitalisierung, gesellschaftlicher Wandel und Marktturbulenzen bringen verstärkten, intensiven Wettbewerb.
- Wer im Preiswettbewerb bestehen will, braucht kompetitive Kostenstrukturen. Dies zwingt zu flachen Hierarchien, höchster Produktivität und zu einer optimalen Unternehmensgrösse. Letztere heisst das «Fusions- und Kooperationskarussell» an bzw. zwingt zur Konzentration auf rentable Geschäfte und vorhandene Kernkompetenzen.
- Investitionen in die Zukunft kosten Geld und schädigen kurzfristig die Ergebnisse. Die bewilligte «Pay-back-Periode» wird immer kürzer, gleichzeitig sind Innovationserfolge unabdingbar.
- Das Denken in Unternehmenswert ist zentral: Führungskräfte werden daran gemessen, wie gut es ihnen gelingt, Renditeverbesserungen, Wertsteigerungen und Wachstum zu erzielen.
- Resultate werden durch Menschen erbracht. Das Ringen um die «besten» Köpfe und die brilliantesten

Führungskräfte bringt jedoch rasch einmal die Personalkosten zum Explodieren.

- Die Qualität einer Führungskraft misst sich daher auch daran, wie gut es ihr gelingt, Nachwuchskräfte auszuwählen, zu fordern und zu fördern und so – in Zusammenarbeit mit der Personalentwicklung – exzellente Mitarbeiter/-innen heranzubilden.

Themen im Überblick

- **Corporate Governance**
- **Strategie-Programm**
- **Organizational fitness**
- **Geschäftsprozesse optimieren**
- **Markterfolg mit Innovationen & Verkauf**
- **Humanpotenziale zur Entfaltung bringen**
- **Intrapreneure schaffen**
- **Controlling, Planung**
- **Ergebnisverbesserungsprogramme**
- **Finanzierung**
- **Wertsteigerung, Value Management**

Themen

Führungskräfte in Executive-Funktion sind für eine ganzheitliche Erfolgssteuerung zuständig. Auf Basis des renommierten St.Galler Ansatzes werden daher die zentralen Themen eines ganzheitlichen Managements behandelt:

Corporate Governance

- Den eigenen Verantwortungsbereich steuern
- Leitplanken vorgeben
- Führungsinstrumente und Tools zur Steuerung
- Compliance Management

Strategie-Programm

- Den strategischen Handlungsbedarf erkennen
- Optionen generieren, bewerten und verabschieden
- Robuste Strategien entwickeln: Mit dem St.Galler Navigationssystem Masterpläne, Schlüsselprojekte und Massnahmenpläne initiieren

Organizational fitness

- Ineffizienz in Strukturen erkennen
- Die Hochleistungsorganisation gestalten und auf die Zukunft ausrichten

- Wettbewerbsvorteile dank Agilität und Lean Management
- Vor- und Nachteile virtueller Strukturen und kleiner operierender Netzwerke

Geschäftsprozesse optimieren

- Schneller, besser, kostengünstiger: Die Optimierung der Geschäftsprozesse
- Neugestaltung der Wertschöpfungskette dank Digitalisierung

Markterfolg mit Innovationen & Verkauf

- Die Gesetze erfolgreichen Innovations-Managements
- Neue Leistungen, Produkte und Markteintrittsstrategien durch Veränderung der Wertschöpfungskette
- Digitale Produkte und Plattformen

Humanpotenziale zur Entfaltung bringen

- Führen als Königsdisziplin eines CEOs: Was hat sich in der Führung geändert?
- Mitarbeiter auswählen, fordern, fördern, zum Erfolg führen

- Umgang mit Veränderungen
- Intrapreneure schaffen, Unternehmertum fördern

Controlling, Planung

- Finanzielle Tools für Geschäftsführer
- Bilanz- und Erfolgsrechnung beurteilen
- Planung und Budgetierung
- Strategisches Controlling

Ergebnisverbesserungsprogramme

- Das Gewinnpotenzial eines Geschäfts
- Die Hebel zur Ergebnisverbesserung
- Steigerung von Gewinn und Rendite
- Cashflow, Free Cashflow

Finanzierung

- Die optimale Finanzstruktur
- Value Chain Intelligence zur Optimierung des Kapitaleinsatzes
- Investitionsrechnungen für neue Geschäftsmodelle
- Businesspläne: Das fordern Top-Manager und Investoren

Wertsteigerung, Value Management

- Marktwert schaffen, EVA
- Strategien der Wertsteigerung
- Wertsteigerung dank Portfolio-Optimierung, Werte realisieren
- Die Logik der Börse



Dr. Thorsten Truijens
Dozent der St.Galler Business School

Group Management Seminar

Führung einer Unternehmensgruppe

Durchführungen

2019

Nr. 15119 **1. Durchführung 2019**
11. – 12. März 2019
Luzern

Nr. 15219 **2. Durchführung 2019**
9. – 10. September 2019
Zürich

Dauer: 2 Tage

Seminargebühr*:
CHF 2900.–/€ 2600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/15

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Mitglieder der Geschäftsleitung einer Unternehmensgruppe, einer Holding, eines Konzerns
2. Executives aus Divisionen, Sparten, Geschäftsfeldern und bedeutenden Business Units, die als Verantwortliche aus Tochtergesellschaften vom Management einer Obergesellschaft gesteuert werden und die Zusammenarbeit mit dem Gruppenmanagement optimieren wollen
3. Leiterinnen und Leiter bedeutender Funktionsbereiche der Gruppengesellschaft, die als Verantwortliche der Obergesellschaft wichtige Aufgaben bei der Steuerung und der Unterstützung der Tochtergesellschaften wahrnehmen

Nutzen

Dieses Programm zeigt, wie das Management einer Unternehmensgruppe seine Führungsaufgabe so wahrnimmt, dass sich die dezentralen Unternehmenseinheiten erfolgreich in die richtige Richtung entwickeln und exzellente Resultate erbringen.

Konzeption

Eine dezentrale Führungsphilosophie führt zu mehreren Unternehmen, Divisionen, Geschäftsfeldern oder Sparten. Sind diese eigenständige juristische Einheiten, wird die Zentrale zur Gruppe, Holding, zum Konzern. Der Begriff «Gruppe» signalisiert dabei eine eher dezentrale Führungslogik, mit Unternehmenseinheiten, die ein hohes Mass an Autonomie haben, bei denen Selbstorganisation erwünscht ist. Dem gegenüber signalisiert der Begriff «Konzern» eine starke zentrale Steuerung, eine enge Führung der Konzernglieder, eine stark ausgeprägte Controlling-Mentalität.

In diesem Bereich zwischen einer bewusst dezentralen oder streng zentralen Führungslogik bewegt sich das Management einer Obergesellschaft. Das «Group Management» ist für die oberste Leitung der Unternehmensgruppe zuständig. Diese Management-Aufgaben können sehr unterschiedlich wahrgenommen werden. Zu klären ist, wie Aufgaben und Kompetenzen zwischen Mutter und Töchtern aufgeteilt werden, wie das Gruppen-Management mit dem Management der Unternehmenseinheiten zusammenarbeiten will, wie Impuls- und Kontrollfunktion verteilt werden. Hat die «Group» eigene Stäbe, Zentral- oder Querschnittsfunktionen, so ist auch deren Rolle im Zusammenspiel mit den Fachverantwortlichen der Töchter zu klären

Themen im Überblick

- Business Mission und Vision der Gruppe
- Organisationsstruktur der Gruppe
- Führungsprinzipien und Werte
- Leitplanken der Gruppe
- Rolle und Führungsaufgaben des Gruppen-Managements
- Strategie für die Unternehmensgruppe
- Strategie für die Tochtergesellschaften
- Aufgabe der Stäbe und zentralen Funktionen
- Zusammenarbeit Zentralbereiche – Töchter
- Strategisches Controlling
- Finanz-Management der Gruppe
- Risiko-Management

Themen

Business Mission und Vision der Gruppe

- Erwartungshaltung der Eigner
- Die oberste Zwecksetzung
- Identität und Vision aus Sicht der Eigner und Aufsichtsorgane

Organisationsstruktur der Gruppe

- Struktur und Organisationsprinzipien
- Macht und Machtausübung
- Management-Holding
- Finanz-Holding
- Beteiligungs-Holding

Führungsprinzipien und Werte

- Führungsleitbild und Führungsgrundsätze
- Gewollte Unternehmenskultur
- Gewolltes Verhalten
- Werte-Kanon

Leitplanken der Gruppe

- Oberste Ziel- und Resultat-Definition
- Der strategische Korridor
- Leitplanken an das Management der Tochtergesellschaften

Rolle und Führungsaufgaben des Gruppen-Managements

- Sicherstellung der langfristigen Überlebensfähigkeit
- Einhaltung der Prinzipien und gemeinsamen Werte
- Sicherstellung von Reputation und Image
- Erreichen der nachhaltig gewollten Wachstums-Ziele
- Erreichen der gewollten Rentabilität und Profitabilität
- Steigerung des Unternehmenswerts
- Erreichen der Ziele im Bereich der sozialen Verantwortung
- Sicherstellen eines ständig weiter entwickelten Kundennutzens

Strategie für die Unternehmensgruppe

- Das Gruppen-Portfolio als Steuerungsinstrument
- Festlegen des zukünftigen Kerngeschäfts
- Bestimmen der Entwicklungsprojekte
- Auswahl der Aufbaugeschäfte
- Norm-Strategien für die einzelnen Geschäftsfelder der Gruppe

Strategie für die Tochtergesellschaften

- Einen gemeinsamen Strategie-Prozess mit dem Management der Tochtergesellschaften designen
- Strategien der Töchter, ihrer Geschäftsfelder, Business Units und Funktionsbereiche ausarbeiten und präsentieren lassen
- Strategien hinterfragen, zur Überarbeitung zurückweisen, genehmigen
- Teilstrategien mit der Gruppenstrategie harmonisieren

Aufgabe der Stäbe und zentralen Funktionen

- Aufgaben für die Gruppen-Gesellschaft
- Beratung, Betreuung und Unterstützung der Tochtergesellschaften
- Revision, Kontrolle und Steuerung im Sinne der Compliance-Vorgaben
- Durchsetzung der obersten Ziele und Leitplanken der Gruppe

Zusammenarbeit Zentralbereiche – Töchter

- Das Spannungsfeld der Leiter von Zentralbereichen der Gruppe mit den entsprechenden Fachbereichs-Verantwortlichen in den einzelnen Tochtergesellschaften

- Latente systembedingte Konflikte erkennen und durch hohe Sozialkompetenz lösen

Strategisches Controlling

- Das gewollte Mass an Freiraum und Selbstorganisation
- Das gewollte Mass an Kontrolle, Früherkennung und zentraler Steuerung
- Inhalte des Strategischen Controllings
- Das Strategische Controlling als Gruppenfunktion

Finanz-Management der Gruppe

- Sicherstellung der Gesamtrentabilität
- Bereitstellung des benötigten Kapitals
- Dividendenpolitik, Lizenzen, Management fees
- Finanzierung von Business Development

Risiko-Management

- Ganzheitliches Risiko-Management als Gruppenaufgabe
- Risk-Profile: Instrument zur Darstellung der Risiken
- Compliance und Vorgaben an die Töchter

International Senior Management Programm

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 10119 **1. Durchführung 2019**

- 1. Teil Strategie: 18. – 21. Feb. 2019
- 2. Teil Finance: 20. – 23. Mai 2019
- 3. Teil Leadership: 1. – 4. Juli 2019
DE-Stuttgart/Brunnen/Davos

Nr. 10219 **2. Durchführung 2019**

- 1. Teil Strategie: 8. – 11. April 2019
- 2. Teil Leadership: 9. – 12. Sept. 2019
- 3. Teil Finance: 21. – 24. Oct. 2019
Zürich/Boston, USA/Flims

Nr. 10319 **3. Durchführung 2019**

- 1. Teil Strategie: 1. – 4. Juli 2019
- 2. Teil Leadership: 9. – 12. Sept. 2019
- 3. Teil Finance: 11. – 14. Nov. 2019
DE-Bergisch-Gladbach/
Boston, USA/London, GB

Nr. 10419 **4. Durchführung 2019**

- 1. Teil Strategie: 11. – 14. Nov. 2019
- 2. Teil Leadership: 18. – 21. Nov. 2019
- 3. Teil Finance: 9. – 12. März 2020
Zürich/Davos/DE-Berlin

Dauer: 3 x 4 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. bzw. 3. Teil möglich.

Seminargebühr: CHF 12900.–/€ 11900.–

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/10

Zielgruppe

Das deutsch/englische «International Senior Management Programm» richtet sich an Persönlichkeiten, welche ihre Leistungsfähigkeit & -bereitschaft bereits unter Beweis gestellt haben und für eine höhere Aufgabe im General Management mit internationaler Perspektive vorgesehen sind bzw. in einem international orientierten Unternehmen tätig sind.

Seminaraufbau

Das 3-teilige Seminar wird mehrmals jährlich durchgeführt. Die Seminarteile können Sie auf Wunsch in beliebiger Reihenfolge – auch in einer anderen Durchführung – besuchen, und entscheiden damit, ob Sie bestimmte Teile in CH, DE, USA oder UK absolvieren wollen.

Programmaufbau

Strategie: 4 Tage

Seminarsprache: deutsch
Thema: Strategie und Marketing

Finance: 4 Tage

Seminarsprache: englisch
Thema: Finanzielle Führung

Leadership: 4 Tage

Seminarsprache: englisch
Thema: Leadership

Konzeption

Erfolgreiche Führungskräfte sind nicht nur Persönlichkeiten, die ihre Mitarbeitenden und sich selbst effektiv führen. Sondern sie verstehen es vor allem, das Unternehmen oder den durch sie geleiteten Verantwortungsbereich zum Erfolg zu führen.

Vernetzung und Digitalisierung

Hierfür benötigen sie eine breit angelegte, umfassende Gesamtperspektive von Management, welche international ausgelegt ist und dadurch der zunehmenden Globalisierung, Disruption, Vernetzung und Digitalisierung Rechnung trägt: Global ausgerichtete Strategien, die die zunehmende Digitalisierung integrieren, lokale Marketing-Konzepte, kernkompetenzorientierte Geschäftsmodelle, kulturdifferenzierte Führungsprinzipien, -verhaltensweisen und vieles mehr.

US- & St. Galler-Ansatz

Das zweisprachige (deutsch/englisch) Programm kombiniert zum einen den bewährten St. Galler Management-Ansatz mit der Intensivlernmethode und Best Practices (Digitalisierung) US-amerikanischer Management-Schulen.



Die Seminarteile in Boston und London finden im Harvard Club bzw. in der LSE statt.

Themen im Überblick

- **Praxiserprobtes General Management: Dos & Don'ts**
- **Effektive Management-Strategien für die Zukunft**
- **Robuste Marketingkonzepte**
- **Finanzmanagement: Modernes Wissen für Executives**
- **Kostenmanagement: Das Design der Kosten**
- **Mergers & Acquisitions, New Business**
- **Leadership, High Performance, Arbeitsproduktivität**
- **Umsetzungskraft entwickeln**

Interaktives Konzept

Fachliche Inputs und gesteuerte Lehrgespräche qualifizierter Dozenten wechseln sich ab mit der Bearbeitung realer Themen und Fallstudien. Theorie und Praxis ergänzen sich zu einem überzeugenden Ganzen» und vermitteln eine Fülle von Anregungen. Durch das interaktive Lernen und die Umsetzung in Kleingruppen werden Sie stetig gefordert und trainieren so gleichzeitig Ihre Leadership-Qualitäten und Ihre «managerial communication skills».

Themen

Prinzipien erfolgreichen Managements in digitalen Zeiten

- Unternehmensführung in disruptiven, instabilen und digitalen Zeiten
- Praxiserprobte Management-Grundsätze und komplett neue globalen Bedingungen: Industrie 4.0, Digitalisierung, Hyperwettbewerb, Geldschwemme
- Führung 4.0: Sind Werkzeugkästen «out» und Denken wieder «in»?

Strategisches Management

- Strategische Wendepunkte rechtzeitig zu erkennen setzt wachsame Manager voraus: Neue Konzepte für aufkeimende Trends
- Der Schlüssel zu Wettbewerbsvorteilen: Wachsen in gesättigten Märkten versus Wachsen mit völlig neuen Geschäften
- Die zentralen strategischen «Plus» erkennen und strategische Informationen managen: Bewährtes Wissen und vorhandene Erfahrungen optimal nutzen
- Strategie der Geschäftseinheiten versus Konzernstrategie – Das ewige Dilemma
- Wertschöpfungs- und Strukturmodelle für ehrgeizige Ziele

Marketing Management

- Was gutes Marketing auszeichnet – Treiber rentabler Marktpositionen
- Bedürfnisse entdecken, Digitalisierung als Chance, Consumer Insights: Ausloten künftiger Geschäfte, Produkte, Märkte und Kunden
- Product life cycle Management: Die Gestaltung eines integrierten Produktzykluskonzeptes
- Produktideen in internationale Strategien und lokale Märkte umsetzen: Think global, act local
- Massgeschneiderte Massenfertigung, Techniken der Segmentierung, Branding

Finanzmanagement: Modernes Wissen für Executives

- Die finanzielle Führungsverantwortung des Executive Managers
- Bilanzen und Erfolgsrechnungen auf einen Blick beurteilen
- Renditeziele rasch erreichen
- Wertkiller, Komplexitätsfallen und Planungsfehler rechtzeitig erkennen
- «Intuitives Führen» oder ausgefeilte Controllinginstrumente?
- Controllingberichte und Kennzahlen interpretieren und auswerten: Fallbeispiele aus der Praxis

Kostenmanagement: Das Design der Kosten

- Die eigene Kostenposition definieren und benchmarken
- Konsequentes Kostenmanagement zahlt sich aus – Wie vorgehen?
- Von der Prozesskostenrechnung zum Kostenmanagement
- Aufbau eines Gewinnsteigerungsprogramms
- In-/Outsourcing: Wann sind Investitionen sinnvoll – Kosten variabilisieren oder zementieren?

Mergers & Acquisitions, New Business

- Unternehmenswerte ermitteln, Synergien prüfen, Risiken abschätzen
- Wertsteigerung und Verkauf von Unternehmen
- Business-Pläne, Investitions- und Wirtschaftlichkeitsberechnungen: Start-ups richtig planen



Leadership

- High Performance-Systeme – die eigenen Leaderqualitäten resultatorientiert einsetzen
- Persönliche Einstellung und kulturelle Vielfalt: Signale von Führungspersönlichkeiten kulturbildend nutzen
- Die Kunst, Menschen zu managen: Coachen, fördern, fordern
- Kommunikation, Verhandlungstechnik: Heikle Gesprächssituationen – Konflikte, Zielvereinbarung, Kritik etc. souverän meistern
- Empowerment: Was steckt dahinter? Der Umgang mit der eigenen Zeit: Effizienz und Effektivität steigern durch geeignete Selbstorganisation
- Arbeitszufriedenheit und Eigenmotivation. Die Balance zwischen Privatleben und Arbeit

Umsetzungskraft für Leaders

- Das St. Galler Implementierungskonzept: Hürden und Barrieren zum Voraus erkennen
- Reflektion als Basis ständigen «Re-inventings» der eigenen Persönlichkeit
- Umsetzungskraft entwickeln – die häufigsten Widerstände, effektive Rollen und Habits für «Umsetzer»

St. Galler Junior Business School

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2018

Nr. 20318 **3. Durchführung 2018**
1. Teil 10. – 14. Dezember 2018
Davos
plus 2 Vertiefungs-Seminare*

2019

Nr. 20119 **1. Durchführung 2019**
18. – 22. Februar 2019
DE-München
plus 2 Vertiefungs-Seminare*

Nr. 20219 **2. Durchführung 2019**
1. – 5. Juli 2019
Brunnen (Nähe Luzern)
plus 2 Vertiefungs-Seminare*

Nr. 20319 **3. Durchführung 2019**
14. – 18. Oktober 2019
DE-Berlin
plus 2 Vertiefungs-Seminare*

Dauer: 3 x 3–5 Tage

* Die 2 individuell zu wählenden Vertiefungsseminare (zu je 3–5 Tagen) können spezifisch im Hinblick auf die jeweilige Teilnehmer-Zielsetzung ausgewählt werden. Bitte Kontaktaufnahme unter seminare@sgbs.ch. Wir beraten Sie gerne!

Seminargebühr:** CHF 8900.–/€ 8200.–

** zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/20

Zielgruppe

Die Junior Business School ist auf die Bedürfnisse und die betriebliche Situation von Teilnehmer/innen im Alter von ca. 28 bis 48 Jahren ausgerichtet:

1. Führungskräfte, Stabsstelleninhaber und Verantwortliche zentraler Dienstleistungsstellen, welche von einer umfassenden, systematisch aufgebauten betriebswirtschaftlichen Ausbildung profitieren wollen.
2. Nachwuchsführungskräfte, welche eine verantwortungsvolle Führungsposition übernehmen oder übernommen haben und ihr Management-Wissen einem gründlichen Check-up unterziehen möchten.
3. Praktiker, die ihre in der Praxis gewonnenen Erkenntnisse kritisch hinterfragen und überprüfen wollen.
4. Ingenieure, Techniker und Juristen, welche sich als Nicht-Betriebswirtschaftler umfassende Management-Kenntnisse in sehr intensiver Form aneignen wollen.

Konzeption

Die St. Galler Junior Business School ist ein anspruchsvolles Intensiv-Management-Programm für Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte und Fachspezialisten, die sich für eine gehobene Managementaufgabe qualifizieren oder ihr bestehendes Managementwissen kritisch hinterfragen und vertiefen wollen.

Anhand konkreter Fälle werden auf der Basis des St. Galler Management-Ansatzes und der systemorientierten Managementlehre die zentralen Themen der Unternehmensführung erläutert und trainiert: St. Galler Führungsmodell, Marketing Management, Struktur- und Prozessmanagement, Leadership, Finanzmanagement.

Dieser moderne, umsetzungsbezogene Lehrgang bietet den Teilnehmern – neben einem unverzichtbaren State-of-the-Art General Management Seminar – 2 in Abhängigkeit der spezifischen Teilnehmersituation individuell zu wählende zusätzliche Seminare zu 3–5 Tagen: Vertiefung bzw. Ergänzung in den Bereichen Strategie, Marketing, Organisation, Finanzen oder Leadership.

Das Programm kann auch als Einstieg in ein Diplom- oder MBA-Programm genutzt werden, da die besuchten Blöcke zeitlich und preislich angerechnet werden können.

Methodik

- Kompakte, intensive Wissensvermittlung durch qualifizierte, praxiserfahrene Referenten.
- Klassische und digitale Themen gleichermaßen im Fokus
- Lernvertiefungen und Praxistransfer anhand realer Case Studies, praktischer Beispielen und Aufgabenstellungen. Mittels erprobter Arbeitsinstrumente, werden die in allen Unternehmen vorkommenden wichtigsten Problemstellungen ganzheitlich analysiert, präsentiert und Entscheidungen simuliert.
- Vertiefung, Erfahrungsaustausch, Plenumsdiskussionen und Tipps zur Umsetzung.

Seminarunterlagen

Die Teilnehmer/innen erarbeiten während des Seminars Arbeitsinstrumente, Simulationsmodelle und Checklisten für die eigene Praxis.



Themen

Das St. Galler Führungsmodell

- Bausteine erfolgreicher evolutionärer Unternehmenssteuerung: Bestehende und neue Geschäftsmodelle auf dem Prüfstand
- Neue Technologien und Bedürfnisse als Leitsystem: Digitale Potenziale, New Business und Spielregeln der digitalen Ökonomie
- Grundlagen der Unternehmenspolitik: Vision, Kultur, Strategie und Struktur im Zusammenspiel
- Die strategischen «Muss-Analysen»
- Methodik der Strategieformulierung: Blitz-Screening und Sprung in die Zukunft
- Evaluierung von Fähigkeiten und Aufbau von Kernkompetenzen
- Überführung strategischer Pläne in Budgets und griffige Master- & Massnahmenpläne

Marketing Management, Customer Focus

- Gesetzmässigkeiten für Markterfolg: Das Kundenbedürfnis als tragendes Kernstück – Customer Experience – Digitale Potenziale
- Produkt-, Markt- und Absatzstrategien: Innovationen, neue Kundensegmente, alternative Vertriebswege und digitale Märkte aktiv angehen.

- Der optimale Marketing-Mix und durchdachte Marketing-Pläne
- Preisstrategien im Spannungsfeld von Umsatz und Kosten
- Verkaufsmanagement

Struktur- und Prozessmanagement

- Von der Strategie zur Organisation: strategische Geschäftseinheiten und Profit Center
- Organisation von heute: Methoden der Value Chain Intelligence
- Nutzen von Outsourcing und Re-engineering: Variabilisierung von Kosten, scale, scope & density

Leadership

- Steuerung der Chef/Mitarbeiter-Effizienz
 1. Der Chef-Gestaltungsspielraum
 2. Die richtigen Mitarbeitenden
 3. Führen statt ausführen
 4. Führen in digitalen Zeiten
- Methoden der Leistungslenkung
 1. Das Management by Objectives (MBO): Ziele definieren, Ziele kommunizieren, Feedback
 2. Das effektive Mitarbeitergespräch
 3. Human-Potential nutzen dank Management Development
 4. Teambildung, Teamführung

- Persönlicher Führungserfolg
 1. Die eigene Führungsrolle
 2. Resultatorientiert kommunizieren
 3. Soziale Kompetenz gewinnen
 4. Arbeitstechnik – Wege zu Effektivität

Finanzmanagement, Rechnungswesen

- Ergebnisverantwortung wahrnehmen und Ertragskraft nachhaltig beeinflussen: Die zentralen Orientierungsgrössen für Führungskräfte
- Analyse und Aussagekraft von Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung
- Planung, Budgetierung, Kalkulation
- Finanzmanagement: Cash Flow, Free Cash Flow
- Integration des finanzwirtschaftlichen Konzeptes in das Gesamtunternehmenssystem: Der Weg zum Erfolg



Das Seminar wird an die Ausbildung **«Dipl. Betriebswirtschafter/in SGBS® – SGBS Certified Advanced Management Expert St. Gallen®»** angerechnet.

Verlangen Sie nähere Informationen im Sekretariat: diplome@sgbs.ch

Im 1. Seminarteil werden obige Themen grundlegend vermittelt, Vertiefung erfahren Sie im Rahmen der 2 weiteren Vertiefungsseminare zu je 3-5 Tagen, die Sie je nach Ihren beruflichen Zielsetzungen wählen.

General Management Seminar für Juniors

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2018

Nr. 21318 **3. Durchführung 2018**
10. – 14. Dezember 2018
Davos

2019

Nr. 21119 **1. Durchführung 2019**
18. – 22. Februar 2019
DE-München

Nr. 21119-E **2. Durchführung 2019**
March 18 – 22, 2019
Davos **(in English)**

Nr. 21219 **3. Durchführung 2019**
1. – 5. Juli 2019
Brunnen (Nähe Luzern)

Nr. 21219-E **4. Durchführung 2019**
September 2 – 6, 2019
DE-München **(in English)**

Nr. 21319 **5. Durchführung 2019**
14. – 18. Oktober 2019
DE-Berlin

Nr. 21419 **6. Durchführung 2019**
11. – 15. November 2019
Luzern

Dauer: 1 x 5 Tage

Seminargebühr*: CHF 4400.–/€ 3900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Zielgruppe

1. Führungskräfte und Schlüsselmitarbeiter/-innen, die eine umfassende Gesamtsicht in das optimale Funktionieren einer Unternehmung benötigen und ihren eigenen Beitrag hierfür leisten wollen
2. Funktional tätige Führungskräfte und Spezialisten, die noch keine systematische Ausbildung im General Management erhalten haben
3. Nachwuchsführungskräfte, welche sich auf eine neue, verantwortungsvolle Funktion vorbereiten wollen
4. Jüngere Führungskräfte, die ihr bestehendes betriebswirtschaftliches Wissen in intensiver Form auffrischen wollen

Teilnahmevoraussetzungen

Das Seminar setzt bewusst kein vertieftes betriebswirtschaftliches Know-how voraus – einige Jahre Managementenerfahrung, gepaart mit dem Willen, sich mit der Vielfalt des ganzheitlichen General Managements auseinanderzusetzen, genügen.

Konzeption

Ziel des 5-tägigen Kurzseminars «General Management Seminar für Juniors» ist es, jüngeren Führungskräften, Nachwuchsführungskräften und Spezialisten die wesentlichsten Managementkonzepte und Führungsaspekte überblicksartig in intensiver, verständlicher Form darzulegen.

Dabei wird General Management bewusst weit gefasst: «General Manager» ist heutzutage jedermann/ jedefrau – sofern eine Ergebnis- und Resultatverantwortlichkeit bezüglich gesamtunternehmensbezogener Faktoren, wie z.B. Kundenzufriedenheit, Qualität, Verkaufszahlen etc. vorliegt.

Sie werden dementsprechend befähigt, die wichtigsten unternehmerischen Aspekte zu verstehen. Sie erarbeiten sich die Kompetenz, wie betriebswirtschaftliche Probleme effizient anzupacken und zu lösen sind – aus Sicht der Gesamtunternehmung, aber gerade auch im eigenen Verantwortungsbereich und in der eigenen Abteilung. So lernen Sie, das Unternehmen als integriertes Ganzes zu verstehen.

Themen im Überblick

Zukunftssicherung

Warum der St. Galler Management-Ansatz Resultate ins Zentrum stellt – Die Landkarte des integrierten ganzheitlichen Managements als Orientierungsgrösse für das Management

Markterfolg

Strategien in Marktkonzepten überführen: Der optimale Marketingmix – Neue Kundensegmente, Alternative Vertriebswege und digitale Märkte proaktiv angehen

Optimale Strukturen

Organisationsprinzipien, die Effizienz und Effektivität fördern: Neue Konzepte – Vorgehen bei der Geschäftsgliederung und Bildung von Business Units – Zentrale Funktionen dynamisieren

Finanzen

Finanzwirtschaftliche Ziele in Pläne und Budgets überführen – Welche Zahlen vom Controlling brauche ich, um meinen Bereich «im Griff» zu haben?

Stabile Führungssituationen – Führen & Leisten

Was Chefs von ihren Mitarbeitern erwarten dürfen – Mitarbeiter und Teams fördern, fordern und coachen, Konflikte in positive und kreative Kräfte wandeln

Themen

Resultate im Zentrum

- Warum der St. Galler Management-Ansatz Resultate ins Zentrum stellt
- Die Landkarte des integrierten ganzheitlichen Managements als Orientierungsgrösse für das Management
- Die unumstösslichen Gesetze unternehmerischen Erfolgs

Mein Beitrag zur Zukunftssicherung

- Die zentralen Elemente strategischer Konzepte für klassische und digitale Märkte
- Kernkompetenzen und bestehende Geschäfte professionell analysieren
- Neue Geschäfte, Chancen und Zukunftsmärkte rechtzeitig erkennen, mögliche technologische Veränderungen vorhersehbar machen
- Griffige Ideen und Strategien mit geeigneten Instrumenten entwickeln und bewerten: Was funktioniert, was nicht?
- Strategien für Start-ups, was ist im digitalen Geschäft anders?
- Geschäftsmodelle in der digitalen Welt.

Mein Beitrag zur optimalen Struktur

- Organisationsprinzipien, die Effizienz und Effektivität fördern: Neue Modelle, Führung 4.0
- Vorgehen bei der Geschäftsgliederung und Bildung von Business Units, zentrale Funktionen dynamisieren
- Virtuelle Strukturen als Wachstumsbeschleuniger?
- Strategien von Anfang an umsetzen

Mein Beitrag zu Markterfolg

- Markterfolg steuern: Marktgrössen bestimmen und Ausgangspositionen für künftige Erfolge
- Strategien in Marktkonzepte überführen: Der optimale Marketingmix
- Neue Kundensegmente, alternative Vertriebswege und digitale Märkte proaktiv angehen
- Die Toolbox des Marketings
- Innovationspotentiale und Wachstumsfelder dank digitalem Denken

Mein Beitrag zu den wesentlichen finanzwirtschaftlichen Grössen

- Das ABC des modernen Finanz- und Rechnungswesens
- Finanzwirtschaftliche Ziele in Pläne und Budgets überführen

- Welche Zahlen vom Controlling brauche ich, um meinen Bereich «im Griff» zu haben?
- Wie Möglichkeiten zu Ergebnisverbesserungen erkannt werden
- Die Gratwanderung zwischen notwendigen Zukunftsinvestitionen und hohen Renditen: Investitionsanträge und Pay-Back

Zentrale Fragen:

Strategie: Wie ist die aktuelle Ausgangsposition zu beurteilen, wo besteht Handlungsbedarf für die Zukunft?

Digital: Wie steht es um die digitale Fitness des eigenen Unternehmens?

Marketing: Ist die bestehende Marktposition ausbau- und verteidigungsbar? Wo bestehen Möglichkeiten für Innovationen und neue Geschäfte?

Gewinn: Wo liegen Ansatzpunkte für Ergebnisverbesserungen? Wieviel ist in die Zukunft zu investieren?

Effizienz: Wo liegen mögliche Spannungsfelder in Prozessen, Strukturen und Führungsverhalten?

Mein Beitrag zu stabilen Führungssituationen

- Manager versus Leader: Wo liegen die Unterschiede?
- Was Chefs von ihren Mitarbeitern erwarten dürfen
- Warum Delegation häufig schwer fällt; die Organisation des eigenen Arbeitsbereiches
- Mitarbeiter und Teams fördern, fordern und coachen, Konflikte in positive und kreative Kräfte wandeln
- Was die Art zu kommunizieren über die eigene Kompetenz aussagt
- Authentizität in der Führung: Die eigene Führungsrolle erkennen



Management-Intensivkurs für Nicht-Betriebswirtschaftler

Durchführungen

2019

Nr. 22119	1. Durchführung 2019 21. – 25. Januar 2019 Flims
Nr. 22219	2. Durchführung 2019 11. – 15. März 2019 DE-München
Nr. 22319	3. Durchführung 2019 26. – 30. August 2019 DE-München
Nr. 22419	4. Durchführung 2019 21. – 25. Oktober 2019 Luzern

Dauer: 1 x 5 Tage

Seminargebühr*: CHF 4400.–/€ 3900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/22

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Der Intensivkurs ist für diejenigen Führungskräfte, Projektleiter und Spezialisten gedacht, die ihr Wissen und ihre Fähigkeiten auch ohne betriebswirtschaftliches Studium Schritt für Schritt weiter ausbauen und erweitern möchten und dabei Wert auf ein Höchstmass an Praxisbezug legen.



Konzeption

Der 5-tägige Management-Intensivkurs für Nicht-Betriebswirtschaftler vermittelt in sehr konzentrierter Form das heutzutage unabdingbar notwendige Betriebswirtschaftswissen über Strategisches Management, Marketing, Organisation und insbesondere Finanz- und Rechnungswesen.

Er ist für diejenigen Führungskräfte, Projektleiter und Spezialisten gedacht, die ihr Wissen und ihre Fähigkeiten auch ohne betriebswirtschaftliches Studium Schritt für Schritt weiter ausbauen und erweitern möchten und dabei Wert auf ein Höchstmass an Praxisbezug legen.

Sie haben dabei nicht den Anspruch, zum Spezialisten in Betriebswirtschaft ausgebildet zu werden. Sie wollen jedoch

- die Zusammenhänge erfolgreichen Managements und aktueller Management-Trends verstehen
- über eine fundierte Strategie- und Marketing-Toolbox verfügen, um betriebliche Fragestellungen systematisch aufzubereiten und in operative Business- und Marketing-Pläne überführen zu können
- die wichtigsten Instrumente zur Struktur- und Prozessgestaltung beherrschen
- den Beitrag neuer Geschäftsideen und Projekte zum Unternehmenserfolg professionell darstellen und intern kommunizieren können

- Budgets, Planung, Management-Erfolgsrechnung und Zahlen aus dem Controlling prüfen und hinterfragen können
- die Sie selbst betreffenden Aufgaben im Rahmen der finanziellen Planung, Steuerung und Kontrolle kompetenter wahrnehmen
- Entscheidungsanträge mit durchdachten Wirtschaftlichkeits- und Investitionsrechnungen belegen können

Methodik & Referenten

Mittels einer speziell auf diesen anspruchsvollen Intensivkurs zugeschnittenen Methodik werden die Teilnehmer/innen anhand realer betrieblicher Problemstellungen und Entscheidungssituationen befähigt, das Gelernte rasch in die Praxis umzusetzen.

Die Referenten beleuchten die einzelnen Themengebiete jeweils aus ihrem Blickwinkel, ohne jedoch die Gesamtzusammenhänge zu vernachlässigen. Dieser Anspruch, welcher der St. Galler Business School eigen ist, bewirkt ein tiefgreifendes Verständnis des betrieblichen Geschehens und stellt dadurch den notwendigen Beitrag jedes einzelnen Mitarbeiters zum Unternehmenserfolg in klarer Weise dar.

Themen

Grundlagen der Betriebswirtschaft

- Der St. Galler Ansatz der integrierten, ganzheitlichen Unternehmensführung
- Die Herausforderungen an den Manager/in
- Resultatorientiert führen: Die «richtigen» Dinge tun

Strategisches Management

- Die optimale Betriebsgrösse kennen
- Das frühzeitige Erkennen von Chancen für neue Geschäfte, Innovationen und Wandel
- Die Fokussierung auf rentable Geschäfte und Märkte mit Potential
- «new economy versus old economy»
- Die wichtigsten Analysen zur Bestimmung des unternehmerischen Handlungsbedarfs
- Das Erkennen und die Formulierung griffiger Optionen für Expansion, Kostenführerschaft, Spezialisierung und Nischenpolitik
- Die Wahl der «optimalen» Strategie: Das Entscheidungsprozedere
- Strategische Entscheide und deren Auswirkungen
- Strategisches Controlling

Von der Strategie zum Marketingkonzept und Digitale Geschäfte

- Geschäftsideen und Innovationen in Business-Pläne und Marketing-Konzepte überführen
- Architektur und Vorgehensschritte eines Marketingprojektes
- Zentrale Marketing-Instrumente richtig eingesetzt
- Kundennutzen und Preismanagement: Preisgrenzen erkennen, die «Time to market» steuern

Strukturen und Prozesse für Unternehmenserfolg

- Konzepte für Revitalisierung, Dynamisierung und Verselbständigung
- Der organisatorische Lebenszyklus. Struktur-Design und Testing
- Implementierung: Wandel bewirken und umsetzen

Instrumente des Finanz- und Rechnungswesens

- Die wichtigsten Begriffe
- Bilanzen, Gewinn- und Verlustrechnung
- Grundlagen der Gewinn-/Rentabilitäts- und Liquiditätssteuerung

Finanzielle Ergebnisse planen

- Finanzielle Tools, um einen eigenen Verantwortungsbereich «im Griff zu haben»
- Der Planungs- und Budgetierungsprozess
- Plausibilität und Realisierbarkeit prüfen

Controlling, Managementreports

- Controllinginformationen verstehen
- Wie kann das Wesentliche in kurzer Zeit erfasst werden?
- Welche Zahlen und Berichte das Controlling liefern sollte

Kostenrechnung und Kalkulation

- Wie wird Kostentransparenz geschaffen? Aktives Kostenmanagement: Methoden der Kosten- und Leistungsrechnung
- Prozesskostenrechnung
- Kalkulationssysteme mit Deckungsbeiträgen und Grenzkosten

Finanzierung, Investition

- Kapitalbedarf, Finanzbedarf, Cash Flow
- Auswirkung von Investitionsentscheiden
- Entscheidungsanträge finanziell darstellen
- Investitionsplanung



St. Galler Betriebswirtschaftslehrgang

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|--|
| Nr. 23119 | 1. Durchführung 2019
1. Teil 21. – 25. Januar 2019
2. Teil 11. – 14. März 2019
Flims/Brunnen (Nähe Luzern) |
| Nr. 23219 | 2. Durchführung 2019
1. Teil 11. – 15. März 2019
2. Teil 1. – 4. Juli 2019
DE-München/Brunnen (Nähe Luzern) |
| Nr. 23319 | 3. Durchführung 2019
1. Teil 26. – 30. August 2019
2. Teil 15. – 18. Oktober 2019
DE-München/DE-Stuttgart |
| Nr. 23419 | 4. Durchführung 2019
1. Teil 21. – 25. Oktober 2019
2. Teil 25. – 28. November 2019
Luzern/Brunnen (Nähe Luzern) |

Dauer: 1 x 5 Tage und 1 x 4 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. Teil möglich.

Seminargebühr*: CHF 7400.–/€ 6600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/23

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Führungskräfte, Projektverantwortliche und Stabsmitarbeiter ohne wesentliche betriebswirtschaftliche Aus- und Weiterbildung.
2. Aufsteiger und Praktiker aus technischen oder kaufmännischen Bereichen.
3. Techniker, Juristen, Ingenieure und Naturwissenschaftler, die neu oder zunehmend auf Managementwissen zurückgreifen müssen.
4. Mitarbeiter, die für eine neue Funktion mit Managementverantwortung vorgesehen sind.

Konzeption

Der Umbruch ganzer Wirtschaftszweige stellt Unternehmen, Führungskräfte und Mitarbeiter vor radikal neue Herausforderungen.

Resultatorientiertes Handeln unter Zeitdruck, die Fähigkeit, Verantwortung zu übernehmen und Mitarbeiter sowie Teams zum Erfolg zu führen, sind heute die zentralen Ansprüche, die an Führungskräfte, Stabsmitarbeiter und Spezialisten gestellt werden.

Diesen Anforderungen kann allerdings nur genügen, wer über fundierte betriebswirtschaftliche und kaufmännische Kenntnisse, Managementwissen und umfassendes Verständnis für betriebliche Zusammenhänge verfügt.

Denn nur wer die Mechanismen und Schlüsselprinzipien erfolgreichen Managements versteht, vermag herausfordernde Ziele für sich und sein Unternehmen zu erreichen und Probleme des eigenen Aufgabenbereiches in griffige Lösungen zu überführen.

Ziel des «St. Galler Betriebswirtschaftslehrgangs» ist, das heute notwendige Wissen über alle zentralen Bereiche der Unternehmensführung solide aufzuarbeiten und diejenigen Inhalte der betrieblichen Praxis zu vermitteln, für die der Wissensbedarf erfahrungsgemäss am grössten ist.

Nutzen

In zwei Seminarblöcken wird dieses Wissen kompakt, sehr praxisnah und umfassend behandelt.

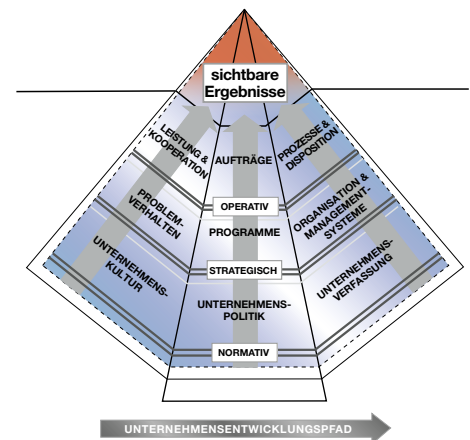
Digitalisierung

Die Auswirkungen digitaler Effekte auf Unternehmen und Geschäftsmodell werden besonders berücksichtigt.

Praxistransfer und Methodik

Dem Praxistransfer wird besondere Bedeutung beigemessen: Die referierten Themen werden laufend mittels praktischen Fallstudien und Gruppenarbeiten aufgearbeitet und auf konkrete betriebliche Problemstellungen übertragen. So werden die Teilnehmenden befähigt, das Gelernte später sofort in der Praxis umzusetzen.

St. Galler Challenge Pyramide



Themen

Ganzheitliches Management

- Der St. Galler Management-Ansatz
- Das 1 x 1 der Betriebswirtschaft

Strategische Planung

- Strategische und operative Planung:
Die wichtigsten Analysen zur Erfassung der Ist-Situation
- Bewusste Gestaltung der Zukunft:
Die zentralen Grundstrategien
- Wie lässt sich trotz Ungewissheit in disruptiven Zeiten planen?
- Strategische Grundkonzepte, die für alle Branchen gelten

Marketing-Management

- Welche Begriffe verwendet der Marketingprofi?
- Einzelne Elemente eines zeitgemässen Marketingkonzeptes
- Produktzyklen, Innovationsgeschwindigkeit, Sortimentsplanung, neue digitale Märkte

Organisations-Management

- So werden zeit- und strategierechte Strukturen und Abläufe entwickelt
- Welche Organisation passt zu welchem Unternehmen?

- Reengineering, Prozessmanagement
- Arbeitstechnik und Entscheidungsmethodik
- Problemerkfassung und Aufbau von Entscheidungsstrukturen
- Ermitteln von Lösungsvarianten durch Kreativität und systemisches Denken

Grundlagen des Finanzmanagements & Controllings

- Die finanzwirtschaftlichen Schlüsselgrössen beherrschen
- Übersicht über das Konzept und die Instrumente der finanziellen Führung
- Financial Basics: Das ABC des Controllings

Bilanz und Erfolgsrechnung

- Bilanzen und Erfolgsrechnungen analysieren, verstehen und beurteilen
- Kennzahlensysteme als Instrumente zum Erkennen des Handlungsbedarfs
- Finanzielle Optionsmöglichkeiten für die Zukunft

Finanzielle Planung und Kontrolle

- Erstellung von Budgets und zielorientierten Ergebnisplanungen
- Umgehen mit Abweichungen
- Die Management-Erfolgsrechnung
- Zahlen aus dem Controlling prüfen
- Kostenrechnung und Kalkulation
- Wann rechnen sich Investitionen?
- Entscheidungsanträge souverän belegen
- Finanzierungsinstrumente

Mitarbeiterführung

- Grundlagen der Führung, Führungstechniken
- Selbsterkenntnis als Voraussetzung für richtiges Führungsverhalten: Akzeptanz und Selbsterkenntnis
- Typische Führungsfehler und -fallen
- Was ist Motivation? Wege zu Spitzenleistungen
- Die Schwerpunkte liegen auf dem Verhaltenstraining und dem praktischen Bewältigen verschiedener Situationen

Kommunikation und Rhetorik

- Der Manager als Kommunikator: Botschaften, Kritik, Feedback richtig verbreiten
- Teams führen & coachen
- Aktives Zuhören als Voraussetzung
- Gesprächsbarrieren meistern
- Tipps für Mitarbeitergespräche
- Auftreten in Verhandlungen
- Persönliche Arbeitstechnik: So organisiere ich meine Arbeit effizienter

Seminarunterlagen

Die Teilnehmenden erhalten ausführliche Seminarunterlagen sowie Checklisten für die Praxis.



Johannes Rüegg-Stürm, Stefan Sander
Controlling für Manager
Was Nicht-Controller wissen müssen
NZZ-Verlag

St. Galler Einsteiger-Lehrgang

Mit Certificate der St. Gallen Business School

Durchführungen

2019

- Nr. 24119 **1. Durchführung 2019**
1. Teil 18. – 22. März 2019
2. Teil 25. – 29. März 2019
3. Teil 13. – 16. Mai 2019
4. Teil 20. – 24. Mai 2019
St. Gallen / St. Gallen /
St. Gallen / St. Gallen
- Nr. 24219 **2. Durchführung 2019**
1. Teil 24. – 28. Juni 2019
2. Teil 1. – 5. Juli 2019
3. Teil 2. – 5. September 2019
4. Teil 9. – 13. September 2019
DE-München / DE-München /
DE-Rottach-Egern / DE-München
- Nr. 24319 **3. Durchführung 2019**
1. Teil 7. – 11. Oktober 2019
2. Teil 14. – 18. Oktober 2019
3. Teil 5. – 8. November 2019
4. Teil 11. – 15. November 2019
DE-Berlin / DE-Berlin /
DE-Berlin / DE-Berlin

Dauer: 3 x 5 Tage und 1 x 4 Tage

Seminargebühr*:
CHF 8700.–/€ 7900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/24

Zielgruppe

Am St. Galler Management-Einsteiger-Programm werden zugelassen:

1. Junge Nachwuchskräfte im Alter von 22 bis max. 30 Jahren, **ohne** Vorkenntnisse in Unternehmensführung und Betriebswirtschaft
2. Fachkräfte und Spezialisten aus renommierten Unternehmen, aber noch ohne grössere Erfahrung
3. Juniors aus Grossunternehmen und Mittelstand, die ihren Berufseinstieg geschafft haben und sich für weitere Aufgaben vorbereiten und qualifizieren wollen
4. Potenzielle Nachfolgerinnen und Nachfolger von Familienunternehmen, die einen Gesamtblick über das Thema «Führung des Unternehmens» erwerben wollen
5. Nachwuchstalente aus Start-ups
6. Engagierte junge Leistungsträger, die sich ihr Wissen und Können durch praktische Tätigkeit erworben haben

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Konzeption

Dieser Einsteiger-Lehrgang Nachwuchs Programm ist der ideale erste Einstieg in eine Welt, in der sich junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einer Unternehmung und Organisation früher oder später auskennen müssen: Um sich als Studienabgänger bewusst auf eine erste Aufgabe in der Praxis vorzubereiten; um als Fachkraft einen nächsten Karriereschritt zu tun; um sich als Spezialist das notwendige Gesamt-Verständnis über das Funktionieren von Management und Führung zu erwerben; um als Nachfolger im Familienunternehmen die ersten Schritte in Richtung Mitwirkung und Mitverantwortung gehen zu können.

Die Teilnehmenden dieses Nachwuchs-Programms benötigen keine Vorkenntnisse und keine Berufserfahrung. Sie sind jung, unerfahren, aber wissbegierig. Sie wollen keine Vorlesungen und langweilige Wissensvermittlung, sondern ein inspirierendes Lernumfeld und teamorientiertes Arbeiten. Sie wollen keine Prüfung, aber ein Certificate der renommierten St. Galler Business School und ein Wissen, das Ihnen bei den weiteren Karriere-Schritten helfen soll.

Jung, unkompliziert, erfrischend: So ist das Programm aufgebaut und so werden in 4 Wochen die besten Lernresultate erreicht.

Nutzen

Sie profitieren von einem Grundkurs in Unternehmensführung, Betriebswirtschaft und Management. In 4 Wochen lernen Sie die wesentlichen Zusammenhänge, Grundlagen Erfolgsfaktoren einer nachhaltigen Unternehmensführung. Vielleicht nutzen Sie diese neuen Kompetenzen für den beruflichen Einstieg, vielleicht für einen geplanten oder erhofften Aufstieg. In jedem Fall aber erhalten Sie umfassendes und notwendiges Wissen, angewendet anhand praktischer Fällen, mit vielen nützlichen Instrumenten und Methoden. Zusätzlich erhalten Sie einen Seminargutschein, den Sie innerhalb von zwei Jahren für ein max. 4–5-tägiges Seminar der St. Gallen Business School für ein Thema Ihrer Wahl nutzen können.

Aufbau

Das 4-wöchige Studium in St. Gallen besteht aus folgenden Modulen:

Teil 1: Unternehmensführung und Leistung

Teil 2: Markt, Kundennutzen, Markterfolg

Teil 3: Führung und soziale Kompetenz schon in jungen Jahren

Teil 4: Die Welt der Kennzahlen und der Finanzen

Teil 5: Ein Seminargutschein für ein Thema Ihrer Wahl

College-Campus

Unser Campus ist in 2 Fussminuten vom Hauptbahnhof St. Gallen erreichbar, also mitten im Herzen der renommierten Schweizer Universitätsstadt. Zusätzlich zur Wissensvermittlung in Vorlesungen arbeiten die Studierenden in kleinen Gruppen an interessanten Praxisfällen. Dank der Teamarbeit entstehen schnell internationale Kontakte, das Networking unter den Teilnehmenden wird auch durch das Rahmenprogramm abends unterstützt. Die meisten der Teilnehmenden mieten sich eines der vielen Zimmer mittels AirBnB oder buchen selbst in einer Pension oder einem Hotel, unweit vom Campus entfernt.

Themen

Teil 1: Unternehmensführung und Leistung

- Einführung in den St. Galler Management-Ansatz
- Nachhaltig gute Resultate erbringen: Die Erfolgsfaktoren
- Normativ: Was wollen die Eigner und obersten Entscheidungsträger
- Strategisch: Warum braucht es eine Strategie und was beinhaltet sie?
- Operativ: Was bedeuten Produktivität und Leistung im Tagesgeschäft?

Themen

Teil 2: Markt, Kundennutzen und Markterfolg

- Was Kunden wirklich wollen
- Wie Branche, Wettbewerb und allgemeine Rahmenbedingungen das Wettstreiten um Marktanteile und Markterfolg prägen
- Warum Einzigartigkeit und Differenzierung, statt Austauschbarkeit, so wichtig sind
- Wie Marketing-Strategie, Marketing-Konzept und Marketing-Umsetzung geplant und realisiert werden
- Wie digitale Sortimente und digitale Vertriebskonzepte, z.B. Onlineshops, Online-Marketing, Internet-Business, gerade für junge Mitarbeitende grosse Chancen bieten
- Die Instrumente des digitalen Marketings und Vertriebs, von Social Media, SEO bis Communities, Blogs und Influencing, gezielt nutzen

Teil 3: Führung und soziale Kompetenz schon in jungen Jahren

- Jung und selbstbewusst: Wie geht das? – Unerfahren und dennoch kompetent: Die Stärken ausspielen – Leistungsorientiert, aber sympathisch: Persönlichkeit und Sympathiewert ausbauen – Unsicher, aber dennoch souverän: Schwächen zeigen, dadurch wachsen

- Lernen, sich als Teammitglied für etwas Gemeinsames einzubringen
- Lernen, sich durchzusetzen, wo nötig
- Die eigenen Kompetenzen als Leader erkennen
- Personal Branding: Wie will ich wahrgenommen werden?
- Die eigene Rolle in der Gruppe
- Gesprächsführung, Umgang mit Konflikten, die eigene Streitkultur

Teil 4: Die Welt der Kennzahlen und der Finanzen

- Keine Ahnung von finanziellen Kennzahlen: Das geht gar nicht!
- Lernen der Basis-Kenntnisse zu finanziellen Zielen, Programmen, Resultaten
- Finanzielle Kennzahlen verstehen, kompetent mitreden und mitgestalten können
- Kosten: wichtigste Überlegungen zu Kosten, Kosten steuern
- Deckungsbeiträge: wichtigste Überlegungen und ihre Anwendung
- Investitionen planen und wieder verdienen
- Kapital beschaffen, Cash Flow erwirtschaften

Gratisleistungen

Zusätzlich können Sie im Verlauf der 4 Wochen folgende Gratisleistungen bei uns in Anspruch nehmen:

Karriere-Beratung

Wenn Sie Fragen zu Ihrer beruflichen Karriere haben, wenden Sie sich an den Karriere-Begleiter der St. Gallen Business School.

Konzept-Beratung

Sie haben eine Idee. Für Ihren Arbeitgeber oder, wenn Sie das Programm als Privatperson gebucht haben, für sich selbst. Zu dieser Idee wollen Sie eine professionelle externe Meinung.

Konflikt-Beratung

Sie haben ein Thema aus dem Bereich Konfliktmanagement, das Sie belastet und beschäftigt. Sie suchen Rat.

Gerne organisieren wir einen Gesprächstermin.

Strategisches Management für Executives

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|--|
| Nr. 30119 | 1. Durchführung 2019
1. Teil 18. – 21. Februar 2019
2. Teil 11. – 14. März 2019
DE-Stuttgart/Zürich |
| Nr. 30219 | 2. Durchführung 2019
1. Teil 8. – 11. April 2019
2. Teil 9. – 12. September 2019
Zürich/Zürich |
| Nr. 30319 | 3. Durchführung 2019
1. Teil 1. – 4. Juli 2019
2. Teil 9. – 12. September 2019
DE-Bergisch-Gladbach/Zürich |
| Nr. 30419 | 4. Durchführung 2019
1. Teil 11. – 14. November 2019
2. Teil 2. – 5. Dezember 2019
Zürich/DE-Bergisch-Gladbach |

Dauer: 2 x 4 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. Teil möglich.

Seminargebühr*: CHF 8200.–/€ 7400.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/30

Zielgruppe

Ziel des auf das Executive Management ausgerichteten Seminares ist, das heute nötige komplexe Strategie-Wissen griffig aufzuzeigen und ein umfassendes Instrumentarium zur Umsetzung zu vermitteln.

1. Mitglieder der Geschäftsleitung und des Vorstands.
2. Unternehmer und Nachfolger.
3. Geschäftsführer, Geschäftsbereichs- und Profit-Center-Leiter, die für ihren Verantwortungsbereich wesentliche Entscheidungen über die Zukunft fällen müssen.
4. Praktiker, die ihre Strategien und Konzepte hinterfragen wollen.
5. Führungskräfte/Projektleiter aus Linie und Stab, die massgeblich in Strategieprojekte und Veränderungsprozesse involviert sind.

Referenten

Die Referenten garantieren aufgrund ihrer Tätigkeit als Top-Managementberater, Wissenschaftler oder oberste Geschäftsleitungsmitglieder ein Höchstmass an Professionalität, Praxis- und Wissenschaftsbezug.

Konzeption

Die Dynamik des Wettbewerbs zwingt Unternehmen aller Branchen und jeder Grösse zu permanenten Anpassungsprozessen und damit zu aktivem Veränderungsmanagement.

Dies setzt allerdings ein gesteuertes Zusammenspiel mehrerer Faktoren der strategischen Unternehmensführung voraus:

Visionen, die begeistern; akzeptierte normative Vorgaben; Stossrichtungen, die erkennbar in die richtige Richtung führen; kundennahe Geschäftsfeldgliederungen; kostenoptimale Strukturen und Prozesse; innovative Marketingkonzepte, die bestehende Marktpositionen stärken und neue, z. B. digitale, Märkte erschliessen.

Aber auch eine Unternehmenskultur, welche die Lernfähigkeit fördert, Anreizsysteme, die das unternehmerische Denken beflügeln; nicht zu vergessen ist das Finanzmanagement mit dem Ziel der Wertsteigerung, der Ertragsoptimierung (Gewinnmanagement) und der finanziellen Vorsteuerung/Kontrolle (Controlling).

Vor allem bedarf es jedoch solcher Führungskräfte, die strategische Führung im Zusammenhang verstehen, die befähigt sind, mit ihren Mitarbeitern strategische Konzepte zu formulieren, Handlungsoptionen aufzuzeigen und Massnahmen zielgerichtet und motivierend zu initiieren und umzusetzen.

Themen im Überblick

- **Strategische Analysen für disruptive Zeiten**
- **Handlungsoptionen für die Zukunft und digitale Zeiten**
- **Strategien in besonderen Situationen**
- **Structure follows Strategy, Lean Organization**
- **Quantifizierungen, Controlling, Strategisches Finanzmanagement**
- **Konsequente Strategieumsetzung: KAM-Vertriebs- und Marketingplanung**

Umsetzung

Da sich der Erfolg von Strategien erst in der Umsetzung und Verwirklichung der geplanten Massnahmen niederschlägt, wird diesem Themenbereich besondere Bedeutung zugemessen.

Mittels u.a. realer Case Studies zeigen die Referenten, mit welchen Controlling- und Planungsinstrumenten definierte Ziele auch unter schwierigen Umständen erreicht und durchgesetzt werden können.

Themenblöcke

Das Strategie-Konzept

- Strategisches Management als Navigationsinstrument für die Zukunft: Management in turbulenten Zeiten
- Customer Focus, Shareholder Value & Mitarbeiterorientierung als Kern langfristiger Überlebensfähigkeit
- Die Phasen wirkungsvoller Strategieentwicklung

Strategische Analysen: Märkte der Zukunft

- Die aktuellen Analyseinstrumente und Techniken zur raschen Bestimmung der Ausgangslage
- Die heutige Marktposition und Konkurrenten richtig einschätzen
- Was machen «Hidden Champions» besser?
- Den Mächtigen aus dem Weg gehen und eigene Märkte schaffen?
- Vom Kundenproblem zur kreativen Geschäfts- und Marktdefinition
- Digitale Wettbewerber: Von den Besten lernen
- Aktiv Substitutionen begegnen, Innovationen steuern

Handlungsoptionen für die Zukunft

- Grund- und Geschäftsstrategien: Mehr Kundennutzen – mehr Marge
- Geschäftsideen der Digitalisierung gekonnt nutzen
- Denken in Alternativen und Szenarien: Was ändert sich künftig?
- Aufbau unverwechselbarer Produkte und Dienstleistungen: Customer Experience Management – Einzigartigkeit, Differenzierung
- Start-up Konzepte für Etablierte

Strategien in besonderen Situationen

- Von Erfolgsstrategien in stagnierenden Branchen zum Endkampf in schrumpfenden Märkten
- Mithalten in stark wachsenden Märkten – Technologie als Treiber
- Wettbewerbsstrategien auf Konzern-ebene und in multinationalen Unternehmen

Structure follows Strategy

- Strukturen, die unternehmerische Konzepte fördern: Verselbstständigungskonzepte
- Flexibilität und Kundennähe durch Abkehr von Grossorganisationen
- Revitalisieren von Unternehmen, neue leistungsfähige Organisationsformen, Führung 4.0

Quantifizierungen, Controlling, Strategisches Finanzmanagement

- Die Überführung strategischer Pläne in Budgets und Aktionspläne
- Die Controllingaufgaben des Executive Managements: Einige wenige finanzielle Daten genügen, um ein Unternehmen, Bereiche und Projekte wirklich im Griff zu haben
- Die Möglichkeiten des Finanzmanagements zur Verbesserung der Gewinnposition und zur Steigerung des Shareholder Values
- Kurzfristige Ergebnisverbesserung versus langfristige Strategieentwicklung
- Kalkulationen und Investitionen – Die besten Strategien

Konsequente Strategieumsetzung nach Aussen: Absatzkonzept

- Die Bestimmung der richtigen Stellschrauben als Voraussetzung für Markterfolg
- Strategische Ziele in Absatz- und Key-Account Managementkonzepten umsetzen
- Geschäftsausweitung durch systematisches Key Account Management: Wie werden Schlüsselkunden systematisch identifiziert und definiert?

- Potenzialausschöpfung, Kundenrentabilität und ungenutzte Potenziale: die «ungehobenen Schätze» unseres Unternehmens sichtbar machen
- Vom KAM-Portfolio zu Kundenentwicklungsplänen zur Steigerung der Wertschöpfung
- Wie sieht ein praxistaugliches Key Account Controlling aus?

Umsetzung von Konzepten: Strategien in Marketing- und Verkaufsplanungen umsetzen

- Die Überführung von Strategien in Markterfolg: Markteintrittschancen verbessern, Flopgefahr reduzieren
- Beispiele von guten und schlechten Strategien: So lassen sich Strategien mit System planen
- Marketingplanung als strategisches Führungsinstrument
- Expertenkniffe für Leistungsportfolios und Marketingplanung

Strategisches Management in der Praxis

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 31119 **1. Durchführung 2019**
18. – 21. Februar 2019
DE-Stuttgart

Nr. 31219 **2. Durchführung 2019**
8. – 11. April 2019
Zürich

Nr. 31319 **3. Durchführung 2019**
1. – 4. Juli 2019
DE-Bergisch-Gladbach

Nr. 31419-E **4. Durchführung 2019**
October 22 – 25 2019
Boston, Harvard Club

(in English)

Nr. 31419 **5. Durchführung 2019**
11. – 14. November 2019
Zürich

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4900.–/€ 4500.–

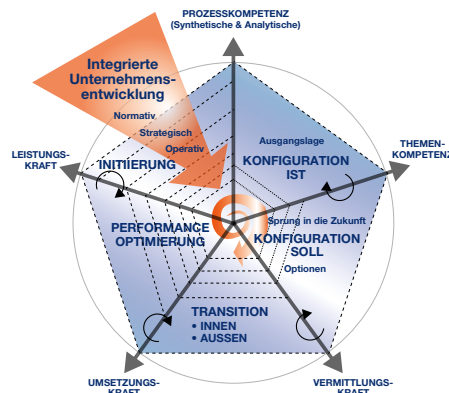
* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/31

Zielgruppe

1. Mitglieder der Geschäftsleitung und des Vorstands.
2. Unternehmer oder Unternehmensnachfolger.
3. Geschäftsführer, Geschäftsereichs- und Profit-Center-Leiter.
4. Unternehmer, Eigner und Praktiker.
5. Führungskräfte/Projektleiter aus Linie und Stab, die massgeblich in Strategieprojekte und Veränderungsprozesse involviert sind.

St. Galler Denk- & Wissens-Navigator



Konzeption

Wer angesichts der digitalen Herausforderungen und des Wandels in vielen Branchen wesentliche strategische Entscheidungen trifft, entscheidet über Erfolg oder Misserfolg in der Zukunft. Solche Entscheidungen fallen nicht vom Himmel.

Die strategische Gesamtführung ist zu dem immer Chefsache, nicht delegierbar, egal, ob aufkommende Probleme markt- oder hausbedingt. Die vorbereitende Ausarbeitung von Analysen, Geschäftsmodellen und Plänen ist zwar an nachgelagerte Führungsebenen delegierbar. Nicht so jedoch die finale Beurteilung der Ausgangslage, das Erkennen des Handlungsbedarfs sowie die zentralen Entscheidungen über die Zukunft des Unternehmens. Gesamtverantwortliche Führungskräfte kommen nicht umhin, ihre «Leitplanken-Verantwortung» wahrzunehmen und einen Denk- und Diskussionsprozess über erfolgsversprechendste Strategien, die der Unberechenbarkeit der Märkte Rechnung tragen, in Gang zu setzen.

Bei der Beurteilung der Ausgangslage und des relevanten Handlungsbedarfs sind beinahe schon klassische «Fallen» zu umgehen:

- Chancen, die sich aus neuen Kundenbedürfnissen, Technologien und Marktkonstellationen ergeben, dürfen nicht wegen zögerlichen Verhaltens verpasst werden.

- Bedrohungen sollten nicht nach dem Motto «sehe ich keine Probleme, so habe ich keine» negiert werden.
- Wird der Zwang zur Veränderung dann erkannt und akzeptiert, so darf die zeitliche Brisanz keinesfalls unterschätzt werden. Oft bleibt wenig Zeit!

Erfolgreiche Führungskräfte sind sich dieser Fallen bewusst. Sie stellen sich diesen Herausforderungen. Denn Sie wissen: erst durch klare normative Vorgaben und strategische Weichenstellungen entstehen jene Freiräume, die Dynamik, Selbstorganisation und unternehmerische Resultate auf nachgelagerten Ebenen nicht nur zulassen, sondern geradezu herausfordern.

Dazu gehören Vision, Mission, implementierbare Strategien, Innovation, Verteidigung und Ausbau der Marktpositionen, Einstieg in neue Märkte, Start-ups, Investitionen, Finanzen, Strukturen, HRM und M&A.

Top-Referenten mit langjähriger Praxiserfahrung und profunder wissenschaftlicher Basis stellen Strategie-Konzepte vor. Sie zeigen, wie zukunftsweisende Strategien erarbeitet und umgesetzt werden.

Hochleistungsorganisation – World Class Company

Durchführungen

2019

Nr. 32119 **1. Durchführung 2019**
1. – 4. April 2019
St. Gallen

Nr. 32219 **2. Durchführung 2019**
19. – 22. August 2019
Luzern

Nr. 32319 **3. Durchführung 2019**
9. – 12. Dezember 2019
Luzern

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4400.–/€ 3900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/32

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Führungskräfte der oberen Ebenen, die einen umfassenden Überblick über die neuesten Möglichkeiten ganzheitlicher Unternehmensführung erhalten wollen.
2. Geschäftsbereichs-, Business Unit-Verantwortliche und Profit-Center-Leiter, die praktische Umsetzungsmöglichkeiten zur Performancesteigerung ihres Verantwortungsbereichs suchen.
3. Verantwortliche von Zentralfunktionen, die wichtige Gestaltungs- und Entwicklungsaufgaben wahrnehmen.

Referenten

Die erfahrenen Referenten genügen höchsten Anforderungen und repräsentieren den neuesten Stand des Managementwissens. Das Seminar ist von ihnen aus der Praxis für die Praxis entwickelt worden. Die vermittelten Erkenntnisse werden methodischinstrumentell unterlegt.

Konzeption

Im Mittelpunkt des 4-tägigen Seminars «Hochleistungsorganisation – World Class Company» steht ein systematisches struktur- und prozessorientiertes Konzept zur Leistungs- und Resultatoptimierung eines Unternehmens oder Geschäftes.

Ziel dieses Executive-Seminars ist, konkrete Handlungsoptionen und Massnahmen zur Ausrichtung einer Unternehmung auf «World Class Niveau» zu diskutieren und auf den Prüfstand zu stellen. Anhand zahlreicher Vergleiche mit den erfolgreichen Unternehmen einer Branche wird aufgezeigt,

- welche Konzepte und Vorgehensweisen sich bei führenden Unternehmen bewährt haben
- wie eine markante Verbesserung hinsichtlich economies of scale, scope und Zeit dank evolutionärer oder radikaler Neudefinition von Prozessen und Strukturen entsteht
- auf welche Modelle digitale Angreifer setzen
- wie Innovationspotential konsequent erschlossen und die Produktentwicklung dem Zeitwettbewerb angepasst werden kann
- welche Hemmnisse zu beseitigen sind, um ein Unternehmen erfolgreich zu verändern
- wie Umsetzungshürden auf dem Weg zu einer «neuen» Organisation gekonnt gemeistert werden

Themen

Der World Class Company-Ansatz

- Performanceorientierte Unternehmensführung: Der verschärfte Wettbewerb als Auslöser
- Das Netzwerk der ganzheitlichen Unternehmenssteuerung
- Strukturgestaltung und Fähigkeitsentwicklung: Wie vorgehen? Der Weg zu Innovationsführerschaft
- Schlankes Management als Wachstumsbremse?

Erfolgsversprechende Strukturen, Organisationskonzepte & Prozesse

- Methoden und Instrumente zur Neugestaltung von Geschäftsprozessen
- Wettstreit der Kompetenzen: Evaluation der eigenen Kernkompetenzen
- Wege zu Business Excellence und Digital Readiness

Change Management

- Das Potential echter sich selbst führender Teams: Das Paradigma der Selbstorganisation in Gruppen
- Die Rolle des Managements bei der Förderung des Human-Potentials
- Der Schlüsselfaktor Sozialkompetenz
- Die Elemente des Change Managements: Synthese von Bewährtem und Neuem

Future Strategy-Lehrgang

Neue Business Strategien entwickeln und umsetzen

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|---|
| Nr. 34119 | 1. Durchführung 2019
1. Teil 13. – 15. März 2019
2. Teil 9. – 12. September 2019
DE-Berlin/Zürich |
| Nr. 34219 | 2. Durchführung 2019
1. Teil 24. – 26. Juni 2019
2. Teil 9. – 12. September 2019
DE-Rottach-Egern/Zürich |
| Nr. 34319 | 3. Durchführung 2019
1. Teil 21. – 23. Oktober 2019
2. Teil 2. – 5. Dezember 2019
DE-Bergisch-Gladbach/
DE-Bergisch-Gladbach |

Dauer: 1 x 3 Tage und 1 x 4 Tage

Seminargebühr*:
CHF 7500.–/€ 6800.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/34

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich an Führungskräfte, Entscheider und Spezialisten, die bei der Umsetzung neuer Strategien und in wichtigen Veränderungsprozessen eine aktive Rolle spielen. Es ist auch hervorragend geeignet für Leistungsträger, die selbst Strategien entwickeln, vor allem aber für jene, von denen ein massgeblicher Beitrag in der Umsetzung (Execution) erwartet wird.

1. Geschäftsführer, Leiter von Geschäftsbereichen, Business-Unit-Verantwortliche
2. Verantwortliche für neue Geschäfte und Strategien
3. Leistungsträger, die sich mit neuen Geschäftsmodellen und deren Umsetzung befassen
4. Leitende aus Stäben, Zentralbereichen, Service-Centern

Konzeption

Volatile Märkte, neue Technologien, Wettbewerber aus dem Nichts: Es gilt, solche disruptiven Entwicklungen laufend auf den Radarschirm zu bekommen: Die Gefahr von «Eisberg voraus» oder «missile ahead» zwingen zu permanentem Nachdenken über neue Business Strategien. «More of the same» und Optimierungs-Strategien tragen meist nur für kurze Zeit. Ohne gewichtige Impulse für neue Geschäfte geht die Wachstums-Dynamik verloren. Dies gilt für alle Unternehmen, unabhängig von Grösse und Branche.

Neue Geschäfte entwickeln

Das Seminar zeigt in einem ersten Teil, wie neue Ideen, Konzepte, Geschäfte, Produkte und Dienstleistungen entwickelt und im Hinblick auf ihre Realisierungschancen auf den Prüfstand gestellt werden. Dabei trainieren Sie, wie mit neuen Denkmustern iterativ im Abgleich zu vorhandenen Potenzialen Optionen für neue Geschäfte und Wachstum entwickelt werden können. Es gilt dabei immer, den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen: mit neuen Ansätzen Kunden grössere Nutzenvorteile zu bieten, als es bestehende Wettbewerber vermögen.

Neue Geschäfte am Markt umsetzen

In einem zweiten Seminarteil konzentrieren Sie sich auf die Frage nach der konkreten Umsetzung nach Aussen und

der finanziellen Ausgestaltung der entwickelten Geschäfte, Konzepte und Business Strategien.

Die Schritte und Massnahmen zur Umsetzung nach Aussen werden in einem Marketingkonzept sowie in Marketing- und Sales-Plänen festgelegt. Denn beste Idee verpuffen, wenn es nicht gelingt, den optimalen Marketing-Mix und überdurchschnittliche Verkaufskraft zu entwickeln.

Neue Geschäfte quantifizieren

Genauso macht es wenig Sinn, ein wachstumsstarkes Geschäftsmodell zu erkennen, dann allerdings die Liquidität zu strapazieren und an fehlender Finanzkraft zu scheitern. Es gilt somit, Gewinnschwellen, Renditechancen und Finanzbedarf zu antizipieren, kurz, bestmögliche Business Pläne zu entwickeln, um letztlich die Frage zu beantworten: «Is it worth the pain?»

St. Galler Change Management Lehrgang

Veränderungen erkennen. Veränderungen umsetzen

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|---|
| Nr. 35019 | 1. Durchführung 2019
1. Teil 18. – 20. Februar 2019
2. Teil 20. – 22. Mai 2019
Luzern/Luzern |
| Nr. 35119 | 2. Durchführung 2019
1. Teil 20. – 22. Mai 2019
2. Teil 8. – 10. Juli 2019
Luzern/DE-Bergisch-Gladbach |
| Nr. 35219 | 3. Durchführung 2019
1. Teil 13. – 15. November 2019
2. Teil 2. – 4. Dezember 2019
DE-Berlin/DE-Stuttgart |

Dauer: 2 x 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 5900.–/€ 5400.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/35

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Teilnehmende sind Entscheidungsträger, die ihre Kompetenz im Bereich des Veränderungs-Managements weiterentwickeln und ihr Management-Team in notwendige Veränderungsprozesse integrieren wollen.

Nutzen

In diesem Seminar lernen Sie, was bei einer Unternehmung, welche vor Veränderungen steht, zu tun ist: Fokus auf Umsetzung – Instrumente, Kommunikation – Anreizsysteme. Ebenso trainieren Sie, die Instrumente des Change Managements in einem gesteuerten Veränderungsprozess anzuwenden.

Teil 1: Grundlagen der Umsetzungsarbeit

Teil 2: Change Management: Die Veränderungen umsetzen

Konzeption

Veränderungen und Umwälzungen spielen sich in einem Unternehmen auf unterschiedlichen Ebenen ab. Der St. Galler Ansatz erlaubt, dank einer ganzheitlichen Betrachtung aus der Vielzahl möglicher Veränderungen genau jene auszuwählen, die wirklich relevant sind. Denn nichts ist gefährlicher als übertriebene Veränderungsdynamik: zu ändern, was sich bewährt hat und gar nicht verändert werden muss. Gleichzeitig gilt aber: Nichts gefährdet die Zukunft mehr als unterlassene oder verschlafene Anpassungen an notwendige Veränderungen.

Der St. Galler Change Management Lehrgang legt dar, wie dieser Weg vom Management optimal geplant und zu begehen ist. Das Programm zeigt, wie bei extern und intern ausgelöstem oder zu erwartenden Veränderungen Gegensteuer gegeben werden kann. Sie trainieren, wie durch Versuch und Irrtum und Selbstorganisation Anpassungen vorgenommen werden können und wie anschliessend der Prozess des Change Managements einzuleiten und zu steuern ist. Ebenso diskutieren Sie Anreizsysteme und Fragen zur Wahl der richtigen Mitarbeitenden, Teams und der optimalen Kommunikation.

Zusätzlich vermitteln die erfahrenen Trainer Instrumente und Kenntnisse über die Transformation des Unternehmens vom Heute in die gewollte Zukunft.

Themen

- Erfolg heute: Wie dauerhaft ist er, was könnte ihn gefährden?
- Erfolg morgen: Welche Veränderungen braucht es?
- Das normative System: Veränderungen aus Eignerlogik und Leitplanken
- Ressourcensteuerung: nach klaren Prioritäten, strategiekonform oder fragwürdig?
- Den relevanten Wandel darstellen, die richtigen Schlussfolgerungen ziehen
- Konsequenzen der Megatrends und des Wandels für Management und Mitarbeiter
- Ist das, was für die Unternehmung richtig ist, von den Mitarbeitern zu leisten?
- Engagement für soziale Anliegen als Teil des Change Managements
- Umsetzen, was umgesetzt werden muss: Die Führungskraft als Change Manager – Change-Prozesse steuern

Business Development: Neue Geschäfte erfolgreich aufbauen

Durchführungen

2019

Nr. 33119 **1. Durchführung 2019**
28. – 31. Januar 2019
DE-München

Nr. 33219 **2. Durchführung 2019**
8. – 11. Juli 2019
Brunnen (Nähe Luzern)

Nr. 33319 **3. Durchführung 2019**
21. – 24. Oktober 2019
Zürich

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/33

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Geschäftsführer, obere Führungskräfte und Spezialisten, die sich mit dem Gedanken neuer Geschäfte befassen und/oder Business Pläne zu erarbeiten haben.
2. Strategen und Planer, die sich mit «new business development» bzw. Start-ups befassen.
3. Verantwortliche zentraler Funktionen, die neu als selbständige Einheit ihre Leistungen nach aussen verkaufen wollen.



Evan Luthra
Serial entrepreneur, ehemaliger Seminarteilnehmer

Konzeption

Turbulente Märkte von heute bieten zahlreiche Chancen für Innovationen, Zukäufe, neue Geschäfte, Start-ups auf der «grünen Wiese» oder den weiteren Ausbau bestehender Unternehmenskonzeptionen. Die Entwicklung neuer Geschäfte ist zugleich auch unabdingbar für langfristigen Unternehmenserfolg. Die Suche nach Wachstumsmöglichkeiten, höheren Umsätzen und Gewinnen ist allerdings immer mit hohen Risiken und Gefahren verbunden. Notwendig ist daher eine fundierte, durchdachte Vorgehensweise, in der gesicherte empirische Kenntnisse des «new business development» berücksichtigt werden und die auf einem klaren Geschäftsplan beruht. Dies gilt für neue Geschäfte etablierter Grossunternehmen genauso wie für die Ideen mittelständischer Firmen.

Während vier Tagen wird in konzentrierter Form aus Strategie-, Marketing-, Finanz- und Human-Resourcesicht aufgezeigt, wie der Einstieg und Aufbau neuer Geschäfte proaktiv gesteuert, bekannte Fallen und häufige Probleme umgangen werden sowie der Blick auf Machbares nie verlorengeht.

Startup Pitch Decks

Sie erhalten zahlreiche Checklisten sowie vorstrukturierte Arbeitspapiere und Beispiele.

Themen

Navigator New Business – Digital

- Der Kundennutzen als Start: Analyse der Kompetenz; Technologieprognosen: Smart Factory, Smart Products, Smart Operations, Data-driven Services
- Den Strategierahmen für neue Geschäfte setzen: Innovation – Neue Märkte – Diversifikation – Value Chain Intelligence – Digital Biz

Das Management der Vorphase

- Marktpioniere handeln erst nach dem Denken: Think Big, start small
- Wie aus Ideen Innovationen entstehen, die überzeugen
- Kampf der Verzettelung: Projekte selektieren, Risikoanalysen

Das Management des Markteintritts

- Strategien für Projektdurchführungen in Unsicherheit
- Digitale Geschäftsmodelle: Predictive-, Glocal- und Outlaw-Prinzipien
- Neue Marktpositionen durch Zukauf

Das neue Geschäft konsolidieren

- Vom Start-up zum profitablen Geschäft
- Generiertes Wissen multiplizieren

Das ideale Finanzkonzept

- Wie ein Geschäftsplan Investoren und Geschäftsführung überzeugt
- Kosten- und Finanzplanung

St. Galler Produktmanager Lehrgang

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|---|
| Nr. 36119 | 1. Durchführung 2019
1. Teil 3. – 5. April 2019
2. Teil 8. – 11. April 2019
3. Teil 17. – 20. Sept. 2019
Zürich/Luzern/Brunnen |
| Nr. 36219 | 2. Durchführung 2019
1. Teil 24. – 26. Juni 2019
2. Teil 16. – 19. Sept. 2019
3. Teil 10. – 13. Dez. 2019
Brunnen/Davos/DE-Köln |
| Nr. 36319 | 3. Durchführung 2019
1. Teil 9. – 11. Okt. 2019
2. Teil 11. – 14. Nov. 2019
3. Teil 10. – 13. Dez. 2019
Zürich/DE-Berlin/DE-Köln |

Dauer: 1 x 3 Tage und 2 x 4 Tage

Seminargebühr*:
CHF 8900.–/€ 8200.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/36

Zielgruppe

1. Produktmanager, Führungskräfte und Spezialisten mit Umsatz- oder Ergebnisverantwortung
2. Angehende Produkt-Manager
3. Verkaufsleiter, Vertriebsleiter
4. Marketing-Spezialisten
5. Key Account Manager
6. Profit Center-Verantwortliche

Konzeption

Gesättigte Märkte, ausufernde Produktprogramme, diffuse Kundenvorstellungen, technologische Entwicklungssprünge: Der Lebenszyklus von Marktleistungen, Produkten, Dienstleistungen und Services wird immer kürzer. Verspäteter oder falscher Markteintritt hat fatale Folgen, genauso wenn es nicht gelingt, die Wachstums- und Sättigungsphasen von Produkten auszureizen. Kurz: Die Steuerung bzw. das Controlling der Leistungen über den Produktzyklus wird immer wichtiger.

Das Seminar bietet aufgeteilt in 3 Teile umfassendes Wissen dazu: Neben einem intensiven Überblick über das Instrumentarium, über Methoden und Tools für erfolgreiches Produktmanagement erfahren Sie auch das unabdingbare Wissen über Strategisches Marketing und Verkaufsmanagement, so dass Sie in der Lage sind, Entscheidungsoptionen zu Produkten und Leistungen aus einer ganzheitlichen Perspektive zu erarbeiten. Aufgrund Ihrer Produkt-, Markt- bzw. Verkaufskennnissen können Sie auch dafür sorgen, dass der betriebliche Prozess im Hinblick auf «Ihre Produkte» adäquat gestaltet wird. Konflikte sind vorprogrammiert: Entsprechend diskutieren Sie immer wieder – wie dank sozialer Kompetenz, geschicktem Kommunikations- und Konfliktmanagement – die wirklich tragfähigen Konzepte durchgesetzt werden können.

Themen im Überblick

- **Produktmanager und Produktmanagement:**
Von der Idee zum Produkt – Vermarktung und Profitsteuerung von Anfang an – Pflege und Optimierung laufender Geschäfte
- **Strategisches Marketing:**
Neue Business Ideen und Entwicklung von Vermarktungsstrategien, Länder- und Zielgruppenstrategien
- **Verkaufsmanagement:**
Verkaufs- und Vertriebskonzept – Umsatz- und Deckungsbeitragsverantwortung wahrnehmen

Change-Management: Den Unternehmenswandel nachhaltig managen

Durchführungen

2019

Nr. 73119 **1. Durchführung 2019**
18. – 20. Februar 2019
Luzern

Nr. 73219 **2. Durchführung 2019**
8. – 10. Juli 2019
DE-Bergisch-Gladbach

Nr. 73319 **3. Durchführung 2019**
16. – 18. September 2019
DE-Köngen bei Stuttgart

Nr. 73419 **4. Durchführung 2019**
2. – 4. Dezember 2019
DE-Stuttgart

Dauer: 1 x 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/73

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Führungskräfte, die mit komplexen Veränderungen konfrontiert sind
2. Verantwortliche von Veränderungsprozessen in Unternehmen
3. Interne und externe Berater, welche Veränderungsprozesse unterstützen und begleiten
4. Führungsverantwortliche mit Mitarbeitern, die in Change Prozessen involviert sind



Konzeption

Die erfolgreiche Umsetzung von Veränderungen ist in der heutigen Zeit der grossen Umbrüche zentral. Mit blosser Kommunikation von Veränderungsnotwendigkeiten ist es längst nicht mehr getan. Denn Konzentrationsprozesse, Kostendruck, Wachstums- und Innovationszwang infolge des disruptiven Technologieschubes erzeugen aktuell eine fast unglaubliche Dynamik. Dies erfordert einen raschen Change der Denkhaltung, erfordert gezielte Eingriffe in Organisation, Wertschöpfungsketten und Kultur. Die Steuerung eines solchen Prozesses gehört zu den schwierigsten Managementaufgaben überhaupt.

Dieses Intensivseminar vermittelt Ihnen das dafür notwendige Wissen und Handwerkszeug, um selbständig Veränderungen zu planen und gezielt umsetzen zu können.

Themen im Überblick

Folgende Fragestellungen werden – neben vielen anderen – gezielt vertieft und beantwortet:

- Wie können die richtigen Voraussetzungen für ein erfolgreiches Change Management geschaffen werden?
- Welche Analyseinstrumente sind hilfreich, um frühzeitig Umsetzungsaspekte integrieren zu können?
- Wie ein systematisches Change Management spürbar mehr Umsetzungserfolge zu erzielen vermag.

- Sollen strategische Veränderungen evolutionär oder revolutionär umgesetzt werden?
- Wie werden Veränderungen erfolgreich kommuniziert?
- Wie können Mitarbeiter zu Veränderungen motiviert werden: Wie gelingt es, Change in den «Köpfen zu verankern»?
- Welche Formen des Widerstandes zu erwarten sind: Wie kann die Führungskraft damit umgehen?
- Warum das Jiu-Jitsu-Prinzip im Umgang mit internem Widerstand weiterhin aktuell ist
- Welches Verhalten von Führungskräften in Change Prozessen garantiert nicht zum Erfolg führt
- Warum gelingt es vielen Unternehmen nicht, die Chance von Veränderungen positiv zu nutzen und die Herzen der Beteiligten zu erreichen?
- Sind spezielle Führungsformen in Veränderungssituationen erwünscht?
- Wie kann ein Umsetzungsprozess dramaturgisch begleitet werden?
- weg von Zuckerbrot und Peitsche: Kraft durch Begeisterung für gemeinsame Ziele.
- Masterplan und Key Performance Indicators: Dos and Don'ts in Change Management Prozessen

Digital Business Transformation

Durchführungen

2019

Nr. 37119-E	1. Durchführung 2019 January 28–31, 2019 Flims (in English)
Nr. 37119	2. Durchführung 2019 20.–23. Mai 2019 Brunnen
Nr. 37219-E	3. Durchführung 2019 September 2–5, 2019 Flims (in English)
Nr. 37219	4. Durchführung 2019 4.–7. November 2019 Davos

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*:
CHF 4900.–/€ 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/37

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Führungskräfte, Nachwuchskräfte und Fachspezialisten, die sich bisher nicht systematisch mit Digitalisierung befassen oder ihr Know-how auf den neuesten Stand bringen wollen
2. Praktiker und Unternehmer, die Handlungsspielräume der Digitalisierung ausloten wollen

Nutzen

Sie diskutieren am viertägigen Seminar die wichtigsten Faktoren der digitalen Transformation und erhalten einen fundierten, praxisnahen Überblick über die möglichen Handlungsfelder für Ihr eigenes Unternehmen.

Konzeption

Digitalisierung ist heute zum zentralen Thema geworden. Die damit einhergehenden Entwicklungen scheinen viele Unternehmen geradezu zu überrollen. Es gibt keine Branche, die davon nicht betroffen wäre. Auch kann nicht von einem blossen Trendthema gesprochen werden, noch lässt sich die Thematik durch Bildung eines Arbeitskreises auf einfache Weise abhaken. Digitalisierung wird zur obersten und zentralen Management-Aufgabe, denn die Auswirkungen auf angebotene Endprodukte und Services, Marketing, Vertrieb, Wertschöpfungsketten, Prozesse, Strukturen und Führungsverständnis sind enorm. Kurz: Das ganze Unternehmen ist betroffen und muss vielfach umgebaut und transformiert werden.

Vor diesem Hintergrund benötigen Führungskräfte Digital Business-Know-how. Führungskräfte müssen wissen, wo Chancen und Gefahren lauern, wie ein bestehendes Geschäftsmodell digitalisiert oder völlig neu erfunden wird, welchen neuen Kundenbedürfnisse welche Märkte mit welchen Erlösmodellen schaffen. Erfolgreich zu digitalisieren heisst auch, künftig auf eine ganz andere Art der Führung zu setzen, ansonsten steht über kurz oder lang die komplette Überforderung des obersten Managements im Raum. Gefordert ist ein Wandel zu einem agilen Unternehmen.

Themen im Überblick

- **Was die Digitalisierung mit Unternehmen anstellt: Umgang mit aktuellen Entwicklungen – Aufbruch zu «Digital Readiness» und «Future Leadership»**
- **Marketing, Vertrieb, Big Data und Wertschöpfungsketten in neuen Welten: Wie Social Media den Umgang mit Kunden komplett verändert – welche Geschäftsmodelle Zukunft haben – Best Practices**
- **Digitaler Kulturwandel: Was Digital Leadership und Agilität wirklich bedeuten – neue Arbeitsmodelle, neue Arbeitsweisen**

Anhand zahlreicher Beispiele erfahren Sie, wie Erfolgsunternehmen der Konkurrenz immer einen Schritt vorausbleiben und Geschäftsmodelle und Führung in eine neue Welt transformieren.

Social Media & Digitales Marketing

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar: inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 38119-E	1. Durchführung 2019 March 25–27, 2019 Flims (in English)
Nr. 38119	2. Durchführung 2019 13.–15. Mai 2019 Steckborn, Bodensee
Nr. 38219-E	3. Durchführung 2019 September 2–4, 2019 Wildhaus (in English)
Nr. 38219	4. Durchführung 2019 18.–20. November 2019 Horn, Bodensee

Dauer: 1 x 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 3300.–/€ 2900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/38

SGBS Certified Digital Expert St. Gallen®

Nach erfolgreichem Absolvieren des Seminares erhalten Sie ein Abschlusszertifikat. Dieses berechtigt Sie zum Einstieg in den Studiengang «SGBS Certified Digital Expert St. Gallen®».

Zielgruppe

1. Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte und Mitarbeiter zentraler Stellen aus Marketing, Vertrieb, Produktmanagement und Marktforschung, die fundiertes, praxisbezogenes Wissen über Digitales Marketing benötigen
2. Führungskräfte mit Marketing-, Vertriebs- und Verkaufsverantwortung, die ihre digitalen Strategien anhand der zahlreich gebotenen Vergleichsmöglichkeiten kritisch durchleuchten und ihre Ergebnisse verbessern wollen

Online Marketing – Social media

Nach der Teilnahme an diesem Seminar haben Sie das Wissen über mögliche Online Marketing & Social Media Strategien, kennen die relevanten digitalen Kanäle und weitere Potenziale. Das Seminar liefert fundierte Entscheidungsgrundlagen, wie Online Marketing & Social Media-Kanäle und -Plattformen mit möglichst grossem Nutzen für Ihr Unternehmen eingeführt und optimiert werden können.

Konzeption und Themen im Überblick

Die digitale Transformation verändert unser Leben und damit dasjenige unserer Kunden nachhaltig und rasch: Die Entwicklung vom Arbeitsplatzcomputer über das «stationäre» Internet zur mobilen Welt der Smartphones bis hin zur kommenden Welle des Internet of Things (IoT) erfordert radikal neues Denken, was die Präsentation eines Unternehmens und seiner Produkte und Leistungen anbelangt. Zusätzlich ergeben sich dadurch selbst wiederum ganz neue Möglichkeiten hinsichtlich Vermarktung, Produkten, Vertriebskanälen und Logistik.

Für jede Führungskraft ist es daher von entscheidender Bedeutung, in diesen Online- und Digital Business Marketing-Belangen nicht nur mitreden zu können, sondern über vertieftes Wissen zu verfügen, wie Unternehmen diese digitalen Potenziale tatsächlich auch gewinnbringend nutzen können.

Digitales Marketing kurz gefasst

- Aktuelle Trends und Innovationen digitaler Entwicklung: Was kommt auf uns zu? Was ist Standard?
- Antriebskräfte und Gesetzmässigkeiten digitaler Ökonomie
- Integration digitalen Denkens in bestehende Marketing-Strategien: «Digital Native» oder «Digitaler Immigrant»?

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- Funktionsweise von SEO: Ziele und mögliche Erfolge mit Suchmaschinenoptimierung, Überblick über die wichtigsten Rankingfaktoren
- Wie der Wert einer Google Platzierung berechnet werden kann

Online Werbung – Digitale Werbung

- Übersicht über Online Werbung: Inhaltliche und technische Basics
- Suchmaschinenmarketing Google Adwords/Web-Seiten-Optimierung
- Erlösquellen, Abrechnungsmodelle, Pricing, Sonderwerbformen und Angebotsformate, Mobile Apps

Social Media

- Entwicklung von Social Media Strategien: Zielgruppen, Kanäle, Content, Kampagnen, Community- und Krisen-Management, Seeding & Verknüpfung im Marketing Mix
- Arbeit mit aktuellen relevanten Social Media Kanälen: Facebook, Google Plus, Instagram, Pinterest, Twitter, YouTube, XING, LinkedIn u.a.

Online Marketing Strategie

- Best Practices von B2C und B2B Online Marketing Strategien
- Mit Automatisierung zu mehr Umsatz und Rendite?
- Erfolgsmessung durch Cross Channel Tracking und Monitoring

Digital Transformation und Agilität

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|---|
| Nr. 39119 | 1. Durchführung 2019
1. Teil 20. – 23. Mai 2019
2. Teil 8. – 10. Juli 2019
Brunnen/DE-Bergisch-Gladbach |
| Nr. 39219 | 2. Durchführung 2019
1. Teil 4. – 7. November 2019
2. Teil 2. – 4. Dezember 2019
Davos/DE-Stuttgart |

Dauer: 1 x 4 Tage und 1 x 3 Tage

Seminargebühr*:
CHF 7900.–/€ 7200.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/39

Zielgruppe

1. Führungskräfte, Projekt- und HR-Verantwortliche aller Ebenen und Branchen, die umfassende Kompetenzen im Hinblick auf die veränderten digitalen Rahmenbedingungen erlangen möchten
2. Führungskräfte und deren Mitarbeitende, die digitalen Wandel und damit die Transformation ihres Unternehmens rasch vorantreiben wollen

Nutzen

Im 1. Seminarteil erfahren Sie neuestes Wissen und Spielregeln zur Digitalisierung und zu Möglichkeiten digitaler Transformation.

Im 2. Seminarteil konzentrieren Sie sich auf die Fragen, wie eine Transformation durch richtiges Change Management initiiert, geführt und wie Unternehmen erfolgreich umgebaut werden.

Konzeption

Die mit der Digitalisierung einhergehende Entwicklung krempelt die Spielregeln von Märkten und Wertschöpfungsketten völlig um. Traditionelle Geschäftsmodelle, Führungsstrukturen und Organisationskonzepte werden obsolet. Blosses Optimieren des Bestehenden wird in den nächsten Jahren in den wenigsten Fällen ausreichen. Rebuild, rethink, reinvent und sich damit dem neuen Wettbewerb stellen, heisst die Devise für Unternehmen.

Dasselbe gilt für die Menschen in den Unternehmen: «Führen» und «geführt werden» in der Transformation erfordern ganz andere Denk-, Arbeits- und Verhaltensweisen:

- Führungskräfte werden zu transformativen Managern, die die digitalen Potenziale in ihrem Verantwortungsbereich ausschöpfen und Menschen für Wandel mobilisieren und für Neues inspirieren.
- Führungskräfte werden zu Leadern, die mit neuen, ko-kreativen Prozessen zu innovativen Lösungen gelangen, sich selbst und andere zu motivieren und ständig neu zu kalibrieren wissen – so wird die Organisation fit für steten Wandel, kurz ein agiles Unternehmen.

Themen im Überblick

- **Digitale Transformation verstehen und digitale Business Strategien entwickeln: Erfolgsversprechende Ansätze in digitalen und zeitgleich noch analogen Zeiten**
- **Lead Digital: Führen in der digitalen Ära – Kompetenzen und Tools für den neuen Führungsalltag – Dank agiler Führungskulturen zu raschem Response**
- **Work Digital: Von der Hierarchie zum Aufgabenorganigramm – Delegation und Steuerung von Aufgaben durch partizipative Methoden und Techniken – Selbstorganisierende Teams**
- **Change und Mobilisierung: Lust auf Wandel und sicher durch emotionale Höhen und Tiefen – Handlungskompetenzen zur Steuerung von Change – Führungsinstrumente für neue Zeiten**
- **Die agile Transformation umsetzen: Tools für sich schnell ändernde Ziele und erhöhte Veränderungsgeschwindigkeiten – Umgang mit Belastungen – Die Leader und Teams von morgen entwickeln**

Praxisbezogene Digitalstrategien für den Mittelstand

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Konzeption

Digitalisierung. Ein Megatrend, dem sich kein Unternehmen entziehen kann! Buzzwords dominieren die Kommunikation. Konkrete erste Schritte scheinen sich nicht zu lohnen. Zu dominant sind die klassischen Kenngrößen «Umsatz–Kostenstruktur–Flexibilität» und zu tief in der Kultur verankert sind langjährig etablierte Verhaltensweisen, um dahinterliegende Ziele zu erreichen.

Eines ist gewiss: Digitalisierung revolutioniert die Wertschöpfung ganzer Branchen, verändert die Zusammenarbeit, schafft neue Vertriebskanäle und eröffnet Effizienzpotenziale im gesamten Unternehmen. Vorreiter auf diesem Weg erzielen bereits erste Erfolge.

Am Seminar erhalten Sie praxisorientierte Ansätze, um das abstrakte Thema «Digitalisierung» konkret in das eigene Wertschöpfungssystem zu überführen. Wie funktioniert eine Smart Factory, um schneller, flexibler und kostengünstiger zu produzieren? Wie sind Schnittstellen zu Kunden und Innovationsprozesse effektiver zu gestalten? Und wie steigern intelligente Produkte und neue Geschäftsmodelle Ihren Umsatz?

In Kooperation mit:
STAUFEN.DIGITAL
NEONEX

Themen im Überblick

- Zukunftsszenarien und Auswirkung der Digitalisierung auf unser Wirtschaftsgefüge
- Bedeutung der Digitalisierung für die eigene Wertschöpfung
- Optimierung der Customer Journey mit neuen Kundenschnittstellen
- Umsatzplus durch intelligente Produkte und dazu passende Dienstleistungen
- Voraussetzungen für eine zielgerichtete digitale Transformation

Durchführungen

2018

Nr. S1218 **2. Durchführung 2018**
20.–21. Nov. 2018,
DE-Stuttgart

2019

Nr. S1119 **1. Durchführung 2019**
9.–10. Mai 2019, DE-Köngen

Nr. S1219 **2. Durchführung 2019**
26.–27. Nov. 2019, DE-Köln

Dauer: 2 Tage

Seminargebühr*: € 1490.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/S1

Lean Management und Leadership für Geschäftsführer

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Konzeption

Unternehmen, die Lean Management konsequent betreiben, sind signifikant wandlungsfähiger. Adaptivität ist der entscheidende Wettbewerbsvorteil in Zeiten kurzzyklischen Wandels. Die Einführung von Lean benötigt einen klaren Top-down-Ansatz, denn eine Einführung ohne Einbringung des Top-Managements hat keine Aussicht auf nachhaltigen Erfolg. Wie aber werden Sie als obere Führungskraft nun urteilsfähig auf diesem Gebiet? Wie bauen Sie Ihre Kompetenzen systematisch auf und aus? Und wie verankern Sie die Lean Philosophie nun auch noch in Ihrer Unternehmensstrategie, um diese im Anschluss wirksam über die verschiedenen Organisationsebenen und Bereiche auszurollen?

Erfahrene Experten und Trainer bringen Ihnen Ziele und Prinzipien des Lean Managements mit Best Practices und Simulationen nahe. Dabei wird insbesondere der wertstromorientierte, funktionsübergreifende Verbesserungsansatz verdeutlicht. In dieser zweistufigen Ausbildung lernen Sie mithilfe der Grundgedanken des Lean Managements, wie Sie Ihr Unternehmen durch gesteigerte Leadership-Kompetenz nach vorn bringen und erfolgreicher machen können.

In Kooperation mit:
STAUFEN.

Themen im Überblick

- Steigerung der Wandlungsfähigkeit durch Lean Management hin zur lernenden Organisation
- Warum Lean nicht nur etwas für die Produktion ist
- Funktionsübergreifende Optimierung des Wertstroms aus Kundensicht
- Die neue Rolle der Führungskraft als Change Manager und Mentor
- Führung am Ort des Geschehens – Management by established facts

Durchführungen

2019

Nr. S2119 **1. Durchführung 2019**
1. Teil 10.–11. April 2019
2. Teil 27.–28. Juni 2019
DE-Köngen

Nr. S2219 **2. Durchführung 2019**
1. Teil 18.–19. Sept. 2019
2. Teil 20.–21. Nov. 2019
DE-Köngen

Dauer: 2 x 2 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. Teil möglich.

Seminargebühr*: € 3290.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Design Thinking – agiles und kundenzentriertes Innovieren

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Konzeption

Der digitale Wandel erfordert es, ausgetretene Pfade zu verlassen – sowohl bei der Optimierung von Produktionsprozessen als auch bereits bei der Entwicklung smarter Produkte. Anstelle des Technologiefokus sollte der Anwendermehrwert in den Vordergrund rücken. Genau dafür steht die Innovationsmethode «Design Thinking». Mit ihr entwickelt ein interdisziplinäres Team Produkte und Dienstleistungen nach klarer Struktur – iterativ und mit viel Raum für neue Sichtweisen. Neue Ansätze werden schnell und so minimalistisch wie möglich prototypisch realisiert, um frühzeitig Feedback einzuholen, das wiederum die Basis für nächste Optimierungen ist. Das Ergebnis: unkonventionelle, erfolgreiche Produkte, Dienstleistungen und Prozesse!

Sie erhalten das Konzentrat der Design-Thinking-Methode und wie Sie dadurch weitreichend Einfluss auf Ihre Innovationsfähigkeit entfalten. Durch die kritische Reflexion der gemachten Erfahrungen lernen Sie, die Tragweite und den Impact des Ansatzes in Ihrem eigenen Unternehmen abzuschätzen, und sind in der Lage, einen Pilotbereich für erste eigene Schritte gezielt auszuwählen.

In Kooperation mit:
STAUFEN.DIGITAL
NEONEX

Themen im Überblick

- Step by Step vom Problemverständnis über die Lösungsentwicklung zur Prototypphase und zum Test
- Durchführung eines vollständigen Design-Thinking-Zyklus im Team
- Gezielte Beschleunigung des Innovationszyklus
- Grundlagen der Zusammenarbeit nach agilen Prinzipien
- Rahmenbedingungen für den pragmatischen Einstieg und eine erfolgreiche eigene Umsetzung

Durchführungen

2018

Nr. S3218 **2. Durchführung 2018**
27. – 28. November 2018
DE-Nürnberg

2019

Nr. S3119 **1. Durchführung 2019**
20. – 21. Mai 2019, DE-Nürnberg

Nr. S3219 **2. Durchführung 2019**
13. – 14. Nov. 2019, DE-Nürnberg

Dauer: 2 Tage

Seminargebühr*: € 1490.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Workshop: Entwicklung «Führung 4.0»

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Konzeption

Die mit der Digitalisierung einhergehenden Veränderungen von Geschäftsmodellen, Organisationen und Kulturen fordern Führungskräfte heute besonders. Die Integration fordernder Millenials, das Motivieren von Belegschaften, die eine grosse Diversität aufweisen (jung vs. alt, international etc.), und das rückläufige Engagement einzelner Mitarbeiter stellen Führungskräfte vielerorts vor grosse Herausforderungen. Wie aber führt man in der Arbeitswelt 4.0 richtig? Was ändert sich? Was bleibt? Wie schaffen Organisationen die Balance zwischen Agilität und Stabilität? Und welche Rolle spielen Führungskräfte dabei? Auf all diese Fragen müssen Führungskräfte Antworten finden, wollen sie «Leadership 4.0» erfolgreich betreiben.

Der Workshop fokussiert auf zeitgemässe Führungsprinzipien und zukunftssträchtige Führungskulturen. Sie trainieren, wie Führungskräfte in diesem Umfeld denken und handeln sollten, arbeiten intensiv an der Frage eines zukunftsfähigen Führungsverständnisses «Leadership 4.0» und entwickeln praktikable Umsetzungsmöglichkeiten, mit denen sich die Zukunft erfolgreicher Führung in Ihrem Verantwortungsbereich gestalten lässt.

Durchführungen

2019

Nr. 64119 **1. Durchführung 2019**
11. – 12. März 2019, St. Gallen

Nr. 64219 **2. Durchführung 2019**
21. – 22. Okt. 2019, St. Gallen

Dauer: 2 Tage

Seminargebühr*: € 2500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/64



St. Galler Marketing Programm

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|---|
| Nr. 40119 | 1. Durchführung 2019
1. Teil 25. – 28. März 2019
2. Teil 9. – 12. September 2019
DE-Berlin/Zürich |
| Nr. 40219 | 2. Durchführung 2019
1. Teil 8. – 11. April 2019
2. Teil 9. – 12. September 2019
Luzern/Zürich |
| Nr. 40319 | 3. Durchführung 2019
1. Teil 16. – 19. September 2019
2. Teil 2. – 5. Dezember 2019
Davos/DE-Bergisch-Gladbach |
| Nr. 40419 | 4. Durchführung 2019
1. Teil 11. – 14. November 2019
2. Teil 2. – 5. Dezember 2019
DE-Berlin/DE-Bergisch-Gladbach |

Dauer: 2 x 4 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. Teil möglich.

Seminargebühr*: CHF 7400.–/€ 6600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/40

Zielgruppe

1. Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte und Mitarbeiter zentraler Stellen aus Marketing, Vertrieb, Produktmanagement und Marktforschung, die eine fundierte, praxisbezogene und kompakt angelegte moderne Marketingausbildung benötigen.
2. Führungskräfte mit Marketing-, Vertriebs- und Verkaufsverantwortung, die ihre Konzepte anhand der zahlreich gebotenen Vergleichsmöglichkeiten kritisch durchleuchten und ihre Ergebnisse verbessern wollen.
3. Managementkräfte aus Nicht-Marketingfunktionen (z.B. F+E, Produktion, Finanzen), die viel mit Marketing zusammenarbeiten oder die Zusammenhänge marktorientierter Unternehmensführung vertieft verstehen und im eigenen Arbeitsbereich effektiv einsetzen wollen.
4. Führungskräfte aus Linie und Stab mit technischem Hintergrund, welche in Zukunft Marketing- und Verkaufsaufgaben übernehmen.

Konzeption

Eine vertiefte Ausbildung und ein Training in allen Belangen des Marketingpektrums gehören heute zum notwendigen Rüstzeug aller Führungskräfte und Fachspezialisten. In diesem Intensivlehrgang wird das gesicherte Marketingwissen trainiert, so wie es in zunehmend digital geprägten Märkten von führenden Unternehmen erfolgreich eingesetzt wird:

- Sie erhalten dank Praxisbeispielen das Know-how, wie Unternehmen und seine Teilbereiche radikal vom Markt her zu führen sind.
- Sie werden in die Lage versetzt, mittels Analysen Märkte und Produkte kritisch zu hinterfragen, Marketing- und Verkaufsmassnahmen abzuleiten sowie Marketinginstrumente richtig einzusetzen.

Methodik

Besonderes Gewicht liegt auf der operativen Umsetzung: Es wird gezeigt, wie erfolversprechende Marketingkonzepte und Programme erarbeitet und umgesetzt werden.

Alle Themen werden anhand praktischer Beispiele, Probleme und Lösungen verschiedener Branchen und Firmen erarbeitet. Basierend auf Fallstudien trainieren Sie das behandelte Wissen anhand realer Situationen unter Einbezug eigener Erfahrungen.

Themen im Überblick

Marketing-Analysen

Marketing im 21. Jahrhunderts – Customer Journey: Den Zugang zu rentablen Kunden – Bedürfnis- und Kundennutzen-Monitoring – Marktgrößen – Branchenwettbewerbsmuster – Innovationspotentiale – Wachstumsfelder in digitalen Märkten

Marketing-Strategien

Griffige Marketing- und Verkaufsmanagement-Pläne: Marketing-Planung – Portfolio-Methodik – Marktgerechte Organisationsformen – Globale Märkte – Marketing-Strategien in digitalen Zeiten auf dem Prüfstand

Markt- & Absatzkonzept – Marketingplan

Von der Produktidee zum Cash Cow Produkt – Produktleistungsgestaltung – Aufbau von Leadership Brands – Zielgruppenmarketing: so werden Märkte richtig segmentiert, Marketing- und Verkaufspläne

Quantifizierung von Konzepten und Plänen

Preis- und Konditionenmanagement: Value Pricing, Dynamic Pricing – Wahl der Absatzwege: Multi-Channel-Marketing, Plattformen, Pläne in Budgets überführen, richtige Kalkulation von Produkten, griffige Forecast-Planungen

Themen

Marketing-Management-Trends

- Das ganzheitliche Marketingsystem des 21. Jahrhunderts: Digitales versus klassisches Marketing
- Erfolgsfaktoren und Trends des modernen Marketing Managements – B2B, B2C, Digital Marketing
- Besonderheiten und Unterschiede von Marketing- und Verkaufskonzeptionen im Konsum-, Investitions-, High Tech- und Handelsmarketing jeweils für das eigene Geschäft nutzen: «Digital Native» oder Digitaler «Immigrant»?

Marketing-Analysen

- Marketing Research: Den Zugang zu rentablen potentiellen Kunden finden dank Bedürfnis- und Kundennutzen-Monitoring
- Marktgrößen bestimmen: Warum die Bestimmung des relevanten Marktes so wichtig ist; Kundenrentabilität in digitalen Märkten
- Ausgangspositionen für künftige Markterfolge: Branchenwettbewerbsmuster und Reaktionsprofile der Konkurrenten zum voraus erkennen
- Innovationspotentiale und Wachstumsfelder dank digitalem Denken

- Digital Customer Care
- Analyse der Vermarktungsstärke: Wie gut ist unsere Marktbearbeitung aus Kundensicht?

Marketing-Strategien

- Die Überführung von Strategien in griffige Marketing- und Verkaufspläne, Pitch Desks
- Die Toolbox des Marketings: Technik und Verwendung moderner Portfolio-Methodik in Marketing und Verkauf
- Fokussierung des Unternehmens auf Kernkompetenzen, Endprodukte oder Dienstleistungen?
- Marktgerechtere Organisationsformen dank Strategischen Geschäftseinheiten?
- Erfahrungen und empirische Gesetzmässigkeiten nutzen: Das PIMS-Paradigma
- Strategien für globale Märkte, Auslandsmärkte aufbauen
- Marketing-Strategien auf dem Prüfstand: Guerilla-Strategien für Einzelkämpfer, Kooperationsstrategien, Flankenangriffe, Nischen- und Spezialistenkonzepte
- Digitales Marketing: Gewinnchancen dank Social Media?

Produkt-, Markt- & Absatzkonzept

- Von der Produktidee zum Cash Cow Produkt: Führungsverhalten für Produktentwicklung, Optionen für die Phasen im Produktlebenszyklus
- Produktleistungsgestaltung: Variation, Elimination, Trading Up, Trading Down
- Positive Customer Journey durch überzeugende Markenkommunikation mit begeisternden Erlebnissen
- Social Media: Markenmoderation und multiplizierbare Inhalte
- Zielgruppenmarketing: So werden Märkte richtig segmentiert
- Wann lohnen sich Marktanteilkämpfe? Marktaufbau und Eintrittsstrategien, Timing für den Marktaustritt

Marketingplan – Verkaufsplanung

- Preis- und Konditionenmanagement: Value Pricing, Digital-Pricing
- Werbung: Planung effektiver Kommunikationsprogramme
- Vertriebs- und Verkaufsmanagement: Wahl der Absatzwege, Kaufentscheidungsprozesse, Standortwahl

Quantifizierung von Konzepten und Plänen

- Die Überführung von Marketingplänen in Budgets und Aktionspläne
- Die Controllingaufgaben im Marketing: Einige wenige finanzielle Daten genügen
- Das finanzielle ABC für Marketing-Profis
- Die Möglichkeiten zur Verbesserung der Gewinnposition
- Kalkulationen, Investitionen und Wirtschaftlichkeitsberechnungen: Die besten Strategien



Simone Bliem, Wolfgang Blender:
Vermarktung und Innovation (Band 21, 2017)
St. Galler Business Books & Tools

St. Galler Verkaufs- & Vertriebsmanagement Programm

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|--|
| Nr. 43119 | 1. Durchführung 2019
1. Teil 14. – 17. Januar 2019
2. Teil 1. – 4. Juli 2019
Davos/Appenzell |
| Nr. 43219 | 2. Durchführung 2019
1. Teil 2. – 5. April 2019
2. Teil 1. – 4. Juli 2019
DE-Stuttgart/Appenzell |
| Nr. 43319 | 3. Durchführung 2019
1. Teil 17. – 20. September 2019
2. Teil 9. – 12. Dezember 2019
Brunnen (Nähe Luzern)/Appenzell |
| Nr. 43419 | 4. Durchführung 2019
1. Teil 10. – 13. Dezember 2019
2. Teil 22. – 25. Juni 2020
DE-Köln/Appenzell |

Dauer: 2 x 4 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. Teil möglich.

Seminargebühr*: CHF 7400.–/€ 6600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/43

Zielgruppe

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des kompakten Ausbildungs- und Weiterbildungslehrgangs «St. Galler Verkaufsmanagement Programm» sind Umsatz- bzw. Resultatverantwortliche, die neuestes Wissen und ihre strategischen und operativen Verkaufsmanagement-Kenntnisse weiterentwickeln und dadurch optimale Resultate erbringen wollen:

1. Verkaufs-, Vertriebs- und Business-Unit-Leiter.
2. Geschäftsführer und Unternehmer.
3. Verkaufs- und Vertriebsverantwortliche, die wichtige zusätzliche verkaufsorientierte Funktionen übernehmen bzw. diese Position neu übernommen haben.
4. Filial- und Niederlassungsleiter.
5. Produkt- und Projektverantwortliche.
6. Führungs- und Fachkräfte, die zunehmend mit bedeutenderen Verkaufsaufgaben konfrontiert werden.
7. Aussen- und Innendienstmitarbeiter mit Schlüsselfunktionen.

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar: inhouse@sgbs.ch

Konzeption

Markt- und Verkaufserfolge sind gerade in diesen digitalen Zeiten in den wenigsten Fällen Zufall: Sie basieren vielmehr auf durchdachten Verkaufskonzepten sowie einer optimalen Verkaufssteuerung und -führung, mit denen sich die gesetzten Ziele und Planungen auch tatsächlich realisieren lassen.

Das Seminar vermittelt während 8 Tagen die Schlüsselprinzipien und die zentralen Elemente erfolgreichen Verkaufs- und Vertriebsmanagements.

Sie erfahren und trainieren vielfach erprobte Methoden und Instrumente, die anschliessend in der Praxis sofort anwendbar sind. Das Seminar konzentriert sich zum einen auf die konzeptionellen Fragen des Verkaufsmanagements und stellt zum anderen die operative Umsetzung des Verkaufsverantwortlichen in den Vordergrund.

Folgende Fragestellungen werden intensiv behandelt:

- Wie werden griffige Verkaufsmanagementkonzepte – gerade auch in digitalen Zeiten – im Einklang mit der Gesamtstrategie erarbeitet und umgesetzt?
- Wo lauern die grössten Flopgefahren? Wie wird die jeweilige Erfolgswahrscheinlichkeit verbessert?

- Welche präzisen Tools helfen bei der Bestimmung der eigenen Position und die anderer Unternehmen?
- Welche kundenspezifischen Verkaufsstrategien haben sich in der Praxis bewährt?
- Wie wird der eigenen Verkaufsmannschaft zu Schlagkraft am Markt verholfen?
- Wie wird ein strategie- und kundenorientierter Vertrieb aufgebaut? Digital Customer Care und aktives Key Account-Management
- Wie wird der Verkaufsverantwortliche zum Teamleader?
- Wie bekommt man hohe Arbeitsbelastung und Verantwortungsdruck wirksam in den Griff?
- Welches sind die Hebel eines effektiven Verkaufscontrollings und damit höherer Rentabilität?

SGBS Certified Sales Expert St. Gallen®

Nach erfolgreichem Absolvieren des Seminares erhalten Sie ein Abschlusszertifikat. Dieses berechtigt Sie zum Einstieg in den Studiengang «SGBS Certified Sales Expert St. Gallen®».

Themen

Verkaufen in digitalen Zeiten

- Merkmale des Verkaufsmanagements in der digitalen und klassischen Ökonomie
- Falsches Verkaufsmanagement als häufigster Engpass für Geschäftserfolg
- Voraussetzungen für überdurchschnittlichen Verkaufserfolg: Total Customer Focus, Kundenzufriedenheit, Customer Insight

Die präzisen Analyseinstrumente für Marktbearbeitung und Verkauf

- Verkaufsmanagement-Audit als Ausgangspunkt: Die Fallgruben der Kundenorientierung umgehen
- Konkurrenz- und Marktresearch: Vom Mitbewerber lernen – effizientes Beschaffen der richtigen Markt- und Kundeninformationen – Methodik zum Erspüren künftiger Bedürfnisse
- Bestimmen des Preis-/Leistungsquotienten
- Wann ist ein Redesign der Verkaufsprozesse nötig?
- Benchmarking als Analysetool richtig eingesetzt
- Neue Vertriebschienen im B2B- und B2C-Marketing dank Internet

Der Aufbau eines griffigen Verkaufsmanagement-Konzeptes

- Vom Kundenproblem zum Verkaufskonzept: Die notwendigen Schritte zur Konzepterarbeitung und Steuerungsfaktoren für Markterfolg
- Die Unique Selling Proposition (USP) bestimmen: Segmente, Nischen und Fähigkeiten im relevanten Markt definieren; Kundenerwartungen mehr als erfüllen
- Den richtigen Akquisitionsansatz dank Kaufprozessforschung finden: «Gekauft werden» oder «aktiv Erstkontakte erschliessen»?
- Erprobte Konzepte für stagnierende und schnell wachsende Märkte
- Organisations-Management im Verkauf: Definition und Erfolgsfaktoren der Vertriebsarchitektur; Verkaufskanalkonflikte

Marktbearbeitungs-Strategien definieren

- Das Spielbrett des Verkaufsmanagers als Ausgangslage: Old Game versus New Game – Head on versus Avoid
- Von Verkaufsstrategien, die nur Geld kosten, zu solchen, die Geld bringen

- Produkt-Marktstrategien für etablierte und neue Produkte
- Gezielte Dumpingpolitik, die greift
- Welche Grundregeln für Portfolio Management im Verkauf zu beachten sind
- Suche und Selektion von digitalen Märkten: Digitales Marketing

Der Verkaufsverantwortliche als Führungspersönlichkeit und Coach

- Verhaltens- und Führungssituationen im Verkauf
- Dynamisierung durch Empowerment
- Das Zusammenspiel der Verkaufsmannschaft: Schwachstellen im Team aufspüren und eliminieren
- Wie der Verkaufsverantwortliche zum Multiplikator wird
- Vom Produkt- zum Problemlösungsverkauf: Was ändert sich in der Führung? Führung 4.0

Die Umsetzung in der operativen Verkaufsführung

- Visionen, Leitbilder und Strategien im Verkauf
- Praxisbewährte Anreizsysteme
- Die Mobilisierung von Nichtkäufern, Kaufvereinfachung – Strategien zur Neukundengewinnung

- Rasche Umsatzsteigerung – wie vorgehen?
- So löst man sich von der Preis- und Konditionenspirale
- Tragende Kernfähigkeiten im Verkauf weiterentwickeln und Spielregeln im Umgang mit Kunden
- Den Innendienst aktivieren

Key Account Management

- Geschäftsausweitung durch ein systematisches Key Account Management-Konzept
- Wie werden Schlüsselkunden systematisch identifiziert und definiert?
- Ist eine «Planung von Beziehungen» möglich? Multilevel Beziehungsmanagement
- Potenzialausschöpfung, Kundenrentabilität und ungenutzte Potenziale: die «ungehobenen Schätze» unseres Unternehmens sichtbar machen
- Wie werden Kundenentwicklungspläne erfolgreich implementiert – Vom KAM-Portfolio zu Kundenentwicklungsplänen zur Steigerung der Wertschöpfung
- Customer Value und Grosskundengeschäft
- Der Werkzeugkasten des Key Account Managers

Strategisches Marketing: Die Weichen richtig stellen

Durchführungen

2019

Nr. 41119	1. Durchführung 2019 25. – 28. März 2019 DE-Berlin
Nr. 41219	2. Durchführung 2019 8. – 11. April 2019 Luzern
Nr. 41219-E	3. Durchführung 2019 April 8 – 11, 2019 DE-Berlin (in English)
Nr. 41319-E	4. Durchführung 2019 September 10 – 13, 2019 DE-Hamburg (in English)
Nr. 41319	5. Durchführung 2019 16. – 19. September 2019 Davos
Nr. 41419	6. Durchführung 2019 11. – 14. November 2019 DE-Berlin
Nr. 41419-E	7. Durchführung 2019 November 18 – 21, 2019 DE-Frankfurt (in English)

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/41

Zielgruppe

1. Führungskräfte und Mitarbeiter/-innen aus funktionalen Bereichen, die künftig strategische Marketingfragen unternehmerischer und nachhaltiger wahrnehmen wollen
2. Führungs- und Nachwuchskräfte aus technischen, naturwissenschaftlichen oder juristischen Berufen
3. Mitarbeiter/-innen aus Produkt- oder Kundenmanagement
4. Nachwuchskräfte, die sich mit dem systematischen St. Galler Marketingansatz vertraut machen wollen

Das Seminar vermittelt in 4 Tagen das essentielle Wissen, wie Unternehmen am Markt erfolgreich zu positionieren, Kunden zu begeistern und Wettbewerber in Schach zu halten sind.

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Konzeption

Stagnierende Märkte, Kostendruck, neue Wettbewerber, Globalisierungszwänge, der Internet-/Social-Media-Hype und nicht zuletzt verändertes Mitarbeiterverhalten stellen heute ganz andere Anforderungen an Marketing-Manager als noch vor Jahren. Die Weichen für wirkungsvolles Marketing und die Ausrichtung des Unternehmens auf den Kunden sind konsequent aus der Strategie abzuleiten und richtig zu stellen. Nur dann können ungenutzte Potentiale und bestehende Kompetenzen in konkrete rentable Marktpositionen umgemünzt werden.

Themen im Überblick

Marketing: unerlässlich für Erfolg

- Mit dem St. Galler Konzept zu passenden Strategien und Konzepten
- Warum gute Produkte und Dienstleistungen alleine den Erfolg noch lange nicht garantieren
- Wie Stärken und Vorteile eines Unternehmens ohne gutes Marketing verpuffen
- Was gutes Marketing auszeichnet
- Was Führungskräfte und Mitarbeitende aus markt- und kundennahen Bereichen wissen müssen, um für gutes Marketing sorgen zu können

Themen im Überblick (Forts.)

Dank Analysen zu New Business

- Märkte analysieren, Marktlücken erkennen, Innovationsideen entwickeln
- New Business-Portfolio: Digital oder klassisch?

Positionierung & Strategien

- Der Weg zur Kundenbegeisterung: Wie gut greifen unsere Strategien?
- Gestaltung marktgerechter Produkt- und Serviceleistungen: Was will der Kunde wirklich?
- Der Marketing-Mix für Produkt-, System- und Problemlösungsgeschäft

Dank Differenzierung zur Alleinstellung

- Abgrenzung zum Wettbewerb: Einzigartigkeit statt Austauschbarkeit – Customer Focus
- Differenzierung als Alternative zum Preiswettbewerb
- Digitale Strategien

Preise und Kosten

- Preisstrategien als Wettbewerbsinstrument
- Die Lern- und Erfahrungskurve aktiv managen, die Kunst, trotz Preiskampf rentabel zu arbeiten
- Mass Customization

Strategisches Verkaufs- & Vertriebsmanagement

Durchführungen

2019

Nr. 44119	1. Durchführung 2019 14. – 17. Januar 2019 Davos
Nr. 44119-E	2. Durchführung 2019 March 26 – 29, 2019 DE-Frankfurt (in English)
Nr. 44219	3. Durchführung 2019 2. – 5. April 2019 DE-Stuttgart
Nr. 44319	4. Durchführung 2019 17. – 20. September 2019 Brunnen (Nähe Luzern)
Nr. 44319-E	5. Durchführung 2019 November 26 – 29, 2019 DE-Berlin (in English)
Nr. 44419	6. Durchführung 2019 10. – 13. Dezember 2019 DE-Köln

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/44

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

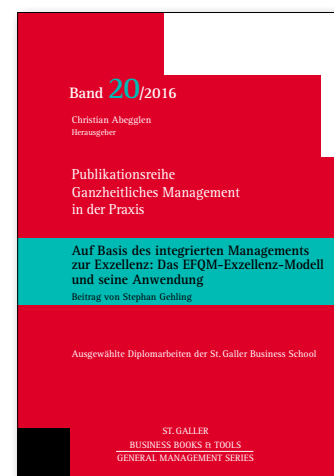
1. Führungskräfte und Spezialisten mit Umsatz- oder Ergebnisverantwortung
2. Verkaufsleiter, Vertriebsleiter
3. Marketing-Spezialisten
4. Key Account Manager
5. Profit Center-Verantwortliche
6. Verantwortliche von Umsatzbudgets

Konzeption

Das Kurzseminar vermittelt die Schlüsselprinzipien und die zentralen Elemente erfolgreichen Verkaufs- und Vertriebsmanagements:

- Welche strategischen und konzeptionellen Voraussetzungen sind zu schaffen, um im Verkauf heute und morgen erfolgreich sein zu können?
- Wie wird aus einer Geschäftsstrategie ein effektives Verkaufskonzept entwickelt? Welche geeigneten Verkaufsprozesse führen zum Erfolg im Markt?
- Welchen Effekt haben Digitalisierung und Industrie 4.0?

Am Seminar erfahren Sie vielfach erprobte Methoden und Instrumente, die anschliessend in der Praxis sofort anwendbar sind. Das Seminar konzentriert sich auf die strategischen Fragen des Verkaufsmanagements.



Themen im Überblick

Geschäfts- und Marketingstrategie

- Strategische Leitplanken im Verkauf
- Definition des relevanten Marktes
- Verkaufsprozesse effektiv gestalten, Kundensegmentierung
- Erfassen von Kundenbedürfnissen: Digitale Innovationsideen
- Geschäfts- und Marketingstrategie als Vorgaben für Verkaufserfolg

Verkaufsstrategie, Verkaufskonzept

- Zielvorgaben bzgl. Umsatz, Ergebnis, Marktanteil, Kundenzufriedenheit
- Portfoliogestützte Produkt-/Marktstrategien und Absatzkanäle
- Entscheidungen zu Qualitäts-, Kommunikations-, Preis-Strategie und Vermarktungspolitik

Akquisitionskonzepte: Der Verkaufsverantwortliche als Führungspersönlichkeit und Coach

- Den Verkaufserfolg planen: Kundenzufriedenheit, Clienting, Kundenbindung, Kundenpotenziale, Kunden sichern: Wie vorgehen? Neukunden akquirieren: Akquisitionserfolg steuern
- Der Verkaufsverantwortliche als Führungspersönlichkeit und Coach

Key Account Management

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2018

Nr. 45218 **2. Durchführung 2018**
10. – 13. Dezember 2018
Davos

2019

Nr. 45119 **1. Durchführung 2019**
1. – 4. Juli 2019
Appenzell

Nr. 45219 **2. Durchführung 2019**
9. – 12. Dezember 2019
Appenzell

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/45

Zielgruppe

1. Key Account Manager
2. Führungskräfte im Vertrieb und Verkauf, welche sich Detailwissen zum Key Account Management aneignen wollen
3. Führungskräfte und Manager mit Umsatzverantwortung
4. Regionalleiter, Bezirksleiter von verkaufs-/vertriebsorientierten Unternehmen
5. Führungskräfte, welche vor neuen Aufgaben mit Kundenkontakt stehen



Konzeption

Das Seminar vermittelt aktuelle Methoden und Instrumente zum Aufbau und Erhalt eines schlagkräftigen Key Account Managements. Dabei wird neben der konkreten Wissensvermittlung gezielt der Austausch zwischen den Teilnehmenden gefördert, mit dem Ziel Analogien herauszufiltern und ein grosses Spektrum an Lösungsansätzen praxisnah zu vermitteln.

Methodik

Neben der geführten Wissensvermittlung, der gemeinsamen Erarbeitung von Management-Instrumenten und Tools zur Analyse der Ausgangslage sowie Methoden zur Entwicklung eines ganzheitlichen Key Account Management Konzepts, wird im Rahmen der Bearbeitung von praxisnahen Fallstudien die Umsetzung des Gelernten vertieft. Dabei wird insbesondere auch spezifisch auf den Erfahrungshintergrund der einzelnen Teilnehmer/innen eingegangen.

Nutzen

Die Teilnehmenden profitieren von erfahrenen und methodisch profunden Dozenten der St.Galler Business School. Das Seminar hilft nicht nur bestehendes Wissen aufzufrischen und «up-to-date» zu bringen, sondern auch grundsätzliche Aspekte zur Diskussion zu bringen, wie z.B. die Gesamt-Reorganisation eines Vertriebes.

Themen

Was macht Key Account Management erfolgreich?

- Die richtige Analyse der Ausgangslage: Methoden und Instrumente
- Wer ist Schlüsselkunde? Auswahlverfahren zur Bestimmung der strategisch wichtigen Kunden
- Wettbewerbsvorteile durch KAM erzielen
- Dos & Don'ts im KAM

Wie ein Key Account Management Konzept nachhaltig implementiert wird

- Kundenbedürfnisse wahrnehmen als entscheidende Aufgabe
- Welche Potentiale KAM weckt
- Die richtigen Anreizsysteme
- KAM erfolgreich umsetzen: Organisation nach innen und nach aussen
- Umgang mit Schnittstellen – Konflikte meiden oder austragen?

Die Rolle eines Key Account Managers richtig definieren

- Die Verantwortung eines KAM
- Umgang mit Entscheidern im Buying Center
- Beziehungspflege im Fokus, weg von Preisdiskussionen, hin zu Nutzenvorteilsargumentationen

St. Galler Produktmanager Seminar

Durchführungen

2019

Nr. 46119	1. Durchführung 2019 3. – 5. April 2019 Zürich
Nr. 46219	2. Durchführung 2019 24. – 26. Juni 2019 Brunnen (Nähe Luzern)
Nr. 46319	3. Durchführung 2019 9. – 11. Oktober 2019 Zürich

Dauer: 1 x 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 2900.–/€ 2600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/46

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Wie wird man erfolgreicher Produktmanager/in? Erfolg ist zwar immer nur bedingt planbar, die passenden Voraussetzungen lassen sich sehr wohl schaffen. Neben Persönlichkeit und hohem persönlichem Einsatz ist es vor allem das souveräne Beherrschen des Produktmanagement-Handwerks, das über Erfolg oder Misserfolg entscheidet. Das notwendige Wissen dazu erlangen Sie an diesem Seminar.

1. Führungskräfte und Spezialisten mit Umsatz- oder Ergebnisverantwortung
2. Verkaufsleiter, Vertriebsleiter
3. Marketing-Spezialisten
4. Key Account Manager
5. Profit Center-Verantwortliche

SGBS Certified Productmanagement Expert St. Gallen®

Nach erfolgreichem Absolvieren des Seminars erhalten Sie ein Abschlusszertifikat. Dieses berechtigt Sie zum Einstieg in den Studiengang «SGBS Certified Productmanagement Expert St. Gallen®».

Konzeption

In diesem Crash-Kurs trainieren Sie Erfolgsfaktoren und Instrumente professionellen Produktmanagements. Im Mittelpunkt stehen zentrale Elemente und Kernprinzipien markt- und bedürfnisorientierter Entwicklung von Produkten/Dienstleistungen. Dabei wird bewährtes und vielfach erprobtes wie auch innovatives digitales Know-how aufgezeigt.

Themen

Der Produktmanager

- Was soll das Produktmanagement leisten? Warum Qualifikation und Wirkungsgrad eines Produktmanagers entscheidend sind für Erfolg/Misserfolg
- Die Prozesse und Anforderungen des Produktmanagements: Die Ziele, Aufgaben und Kompetenzen festlegen und effektiv umsetzen
- Erfolgreiche Arbeitstechnik – Planung, Timing und Synchronisation aller Massnahmen, Masterpläne
- Dos und Don'ts im Umgang mit Kunden, Kollegen und Vorgesetzten – Konzepte visualisieren
- Professioneller Umgang mit Konflikten – Auswahl geeigneter Instrumente & schwieriger Situationen
- Controllingwissen für den Produktmanager: Finanz/Investitionsrechnung, Erfolgsrechnung, Produktkosten, Break-Even-Analyse, Cash-flow-Betrachtung, Wirtschaftlichkeits-/ROI-Rechnung

Das Produktmanagement

- Der zeitgerechte Weg zu marktfähigen Produkten und Dienstleistungen
- Anforderungsprofile für neue Produkte: Von der Informationsgewinnung zu digitalen Trends bis hin zu Markt- und Wettbewerbsanalysen
- Das Umsatz- und Gewinnpotenzial: Pricing und andere Marketing-Mix-Instrumente gezielt nutzen
- Bausteine und Methoden der Produktentwicklung: Entwicklungszeiten verkürzen, Kosten senken
- Komplexitätsbewältigung im Produktmanagement – Herausforderungen und Fallstricke
- Externe Schnittstellen zu Lieferanten und Kunden in den Griff bekommen, Networking, Kooperationen, Massnahmen zur Vereinfachung der Zusammenarbeit
- Internes Schnittstellenmanagement: Zusammenarbeit von Entwicklung, Vertrieb und Produktion

Persönliche Führungskompetenz

Auch als **Corporate Program** intern deutsch oder englisch buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|---|
| Nr. 60119 | 1. Durchführung 2019
1. Teil 11. – 14. März 2019
2. Teil 1. – 4. Juli 2019
Davos/Brunnen (Nähe Luzern) |
| Nr. 60219 | 2. Durchführung 2019
1. Teil 3. – 6. Juni 2019
2. Teil 1. – 4. Juli 2019
Zürich/Brunnen (Nähe Luzern) |
| Nr. 60319 | 3. Durchführung 2019
1. Teil 3. – 6. Juni 2019
2. Teil 19. – 22. August 2019
Zürich/Brunnen (Nähe Luzern) |
| Nr. 60419 | 4. Durchführung 2019
1. Teil 9. – 12. September 2019
2. Teil 15. – 18. Oktober 2019
Zürich/DE-Stuttgart |
| Nr. 60519 | 5. Durchführung 2019
1. Teil 9. – 12. September 2019
2. Teil 25. – 28. November 2019
Zürich/Brunnen (Nähe Luzern) |

Dauer: 2 x 4 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. Teil möglich.

Seminargebühr*: CHF 7400.–/€ 6600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Zielgruppe

1. Führungskräfte, Stabsmitarbeiter, Projekt- und Teamverantwortliche aus allen Hierarchiestufen und Bereichen, die erfahren wollen, wie sie auf andere wirken und wie sie vorhandene persönliche und soziale Stärken weiter ausbauen sowie Defizite abbauen können.
2. Führungskräfte, die ihr Rüstzeug in der Führung der eigenen Person optimieren wollen.
3. Führungspersönlichkeiten, die Spitzenstellungen anstreben.

Während 2 x 4 Tagen trainieren Sie, Ihre Wirkung auf andere zu überprüfen und zu steuern sowie Ihr persönliches Leistungs- und Kreativitätspotential wirkungsvoll zu mobilisieren.

Sie erfahren die wichtigsten Bereiche sozialer und persönlicher Kompetenz, verstehen die Beweggründe menschlichen Verhaltens und beseitigen allfällige Diskrepanzen zwischen fachlichen, sozialen oder persönlichen Fähigkeiten.

Konzeption

Die souveräne Führungspersönlichkeit ist von sich selbst und ihrem Können überzeugt. Sie kann die Begeisterung über ihre Aufgaben auf andere übertragen, verfügt über Ausstrahlungskraft, kommuniziert eloquent und ist ein fairer Team-Player. Sie kennt ihre Stärken genauso wie ihre Schwächen. Besonders ist ihr auch die Wirkung bestimmter Verhaltensweisen auf ihre Umgebung, Mitarbeiter/innen und Vorgesetzte bewusst.

Solche Eigenschaften, Fähigkeiten und Verhaltensweisen gehören in den Bereich der persönlichen und sozialen Kompetenz einer Führungskraft. Bestehen hier Defizite, so kommt es trotz bestem fachlichen Know-how in kaufmännischen oder technischen Belangen nie zu wahrer beruflicher Meister-schaft, Lebensqualität und Arbeitszufriedenheit.

Daher ist es wichtig zu erkennen, dass die Grundlage einer jeden Managementtätigkeit in der Führung der eigenen Person liegt. Denn die Art und Weise, wie Sie mit sich selbst bzw. mit anderen umgehen und welche Wirkung Sie dadurch entfalten, macht letztlich Managementerfolg aus.

Themen im Überblick

Nutzen

Sie lernen, Ihre vorhandenen Stärken auszubauen und erhalten sofort umsetzbare Hilfe bei allfälligen Defiziten.

Sie bekommen so eine persönliche Standortbestimmung und haben Gelegenheit, Ihre Persönlichkeit einer kritischen Inventur zu unterziehen. Konkrete Massnahmen können in Einzelgesprächen mit den Referenten festgelegt werden.

Das Seminar «Persönliche Führungskompetenz» stellt diese ganzheitliche Persönlichkeit einer Führungskraft in den Vordergrund mit folgenden Themen:

- Das ganzheitliche Menschenbild, Persönlichkeitsstruktur
- Mentales Training – Selbststeuerung
- Rhetorik, Auftreten, Körpersprache
- Kommunikation, Verhandlungstechnik und Gesprächsführung
- Stressmanagement und Körperaktivität
- Work-Life-Balance
- Teammanagement, Coaching

Themen

Das ganzheitliche Menschenbild, Persönlichkeitsstruktur

- Psychologie der Karriere: Definition von Entwicklungszielen
- Führen der eigenen Person als unverzichtbare Voraussetzung zur Führung von Mitarbeitern
- Der Weg zum harmonischen Gleichgewicht zwischen beruflichem und privatem Umfeld
- Beeinflussbare und nicht selbst steuerbare Faktoren in der Persönlichkeitsentwicklung
- Analyse der Persönlichkeitsstruktur
- Ausstrahlung und persönlicher Wirkungsgrad auf andere als Produkt eines Lernprozesses

Mentales Training - Selbststeuerung

- Selbstsicherheit, Willenskraft, Mut und Entschlossenheit durch mentales Training und Selbstannahme
- Abbau von Lampenfieber
- Unausgeschöpfte Potentiale wecken
- Der Weg zu Gelassenheit und Souveränität
- Innere Blockaden und Barrieren überwinden

Rhetorik, Auftreten, Körpersprache

- Aufbau, Gestaltungsform einer Rede: Vom Monolog zum Dialog
- Die Regeln für eine überzeugende Gesamtwirkung: Sprachliche Mittel, Stimme und Verhalten gekonnt einsetzen
- Training des äusseren Sprechverhaltens (Stimme, Modulation, Tempo)
- Parasprachliches Verhalten: Körpersprache, Mimik, Gestik, Blickkontakt
- Sprechen vor grossem Publikum
- Ideen und Produkte präsentieren
- Dechiffrieren der Körpersprache
- Das Verhalten der Erfolgreichen

Kommunikation, Verhandlungstechnik und Gesprächsführung

- Die Wechselwirkung zwischen dem eigenen Kommunikationsverhalten und dem Verhalten anderer verstehen und erkennen
- Die unbewussten Spiele der Manager
- Wortschatz des Nutzenbietens
- Schutz gegen unfaire Dialektik: Die Kunst Recht zu behalten, auch wenn man Unrecht hat

- Professioneller Verhandlungsstil und Umgang mit schwierigen Gesprächspartnern
- Gewinnorientierte Verhandlungsstrategien
- Das Spiel von Geben und Nehmen

Stressmanagement und Körperaktivität

- Vorbereitung auf einen erfolgreichen Tag – 2 Minuten genügen
- Formen und Funktionen von Stress: Stressanalyse – Stresstest: Erkennen von Symptomen und Stressreaktionen
- Welche Arten von Stress sind positiv und verleihen Kraft?
- Verhalten in Belastungssituationen Gut sein, wenn's drauf ankommt

Work-Life-Balance

- Effizienz versus Effektivität: Warum eine hohe Arbeitsintensität allein noch keine erfolgreichen Resultate garantiert
- Gesetze und Selbsttests zur Arbeitseffektivität und -effizienz
- Persönliche Arbeitstechniken: Tätigkeitsanalyse, Prioritäten, Schlüsselbereiche steuern
- Zeit – ein wesentlicher Faktor des Selbstmanagements

Teammanagement, Coaching

- Effiziente Sitzungstechnik, Moderieren von Arbeitsgruppen
- Aufbau und Führung von Teams: Gruppendynamische Prozesse steuern und Umgang mit schwierigen Teammitgliedern
- Teamleistung optimieren: Winning spirit



Die eigene Management-Kraft steigern

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|--|
| Nr. 61119 | 1. Durchführung 2019
1. Teil 28. – 31. Januar 2019
2. Teil 13. – 15. März 2019
Davos / DE-Stuttgart |
| Nr. 61219 | 2. Durchführung 2019
1. Teil 25. – 28. März 2019
2. Teil 26. – 28. Juni 2019
DE-Rottach-Egern / Brunnen
(Nähe Luzern) |
| Nr. 61319 | 3. Durchführung 2019
1. Teil 24. – 27. Juni 2019
2. Teil 18. – 20. Sept. 2019
Brunnen (Nähe Luzern) / Luzern |
| Nr. 61419 | 4. Durchführung 2019
1. Teil 9. – 12. September 2019
2. Teil 9. – 11. Dezember 2019
Luzern / DE-Berlin |
| Nr. 61519 | 5. Durchführung 2019
1. Teil 18. – 21. November 2019
2. Teil 9. – 11. Dezember 2019
DE-Berlin / DE-Berlin |

Dauer: 1 x 4 Tage und 1 x 3 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. Teil möglich.

Seminargebühr*: CHF 7900.–/€ 7200.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Zielgruppe

Das 7-tägige (2 Teile) Seminar ist für Executives und obere Führungskräfte konzipiert. Es zeigt, welche Verhaltensweisen und Prinzipien häufig dem weiteren Erfolg im Weg stehen und was Führungskräfte heute tun müssen, um auch morgen noch handlungsfähig und erfolgreich zu sein. Im Mittelpunkt steht ein systematisches, umsetzungsorientiertes Konzept, das die zentralen Stellgrößen zur Leistungs- und Resultatsteigerung aufzeigt.

1. Oberste und obere Führungskräfte mit Erfolgsverantwortung.
2. Bereichs-, Abteilungsleiter und Verantwortliche grosser Projekte.
3. Praktiker mit umfassender Führungsverantwortung.
4. Obere Führungskräfte, die mit ihrem Arbeitseinsatz an die Grenzen stossen und ihre Wirksamkeit erhöhen wollen.
5. Obere Führungskräfte, die sich intensiv mit ihrem eigenen Potential kritisch auseinandersetzen und Stellhebel suchen, ihre Leistungsfähigkeit weiter zu verbessern.

Konzeption

Wer mit dem Anspruch antritt, höhere Führungsaufgaben zu übernehmen bzw. neue, ungewohnt schwierige Situationen zu bewältigen, darf es nicht bei der Fortschreibung seiner bisherigen Verhaltensweisen und Prinzipien belassen. Denn Patentrezepte aus der Vergangenheit erlauben nur selten Zukunftsgestaltung.

Der «klassische Manager» hat vor allem gelernt, basierend auf seinem betriebswirtschaftlichen Wissen und gemachten Erfahrungen, vorhandene Problemstellungen anzugehen. Je nach persönlicher Situation und Umfeld ist der gekonnte Einsatz bewährter Methoden und Verhaltensweisen lange Zeit erfolgreich. Früher oder später kann jedoch jede Führungskraft so an die Grenzen ihrer Wirksamkeit stossen. Erste kleinere Misserfolge und Frustrationen sind die Symptome. Viele Manager/innen reagieren darauf mit erhöhter Arbeitsleistung und müssen aber feststellen, dass ihr Management-Erfolg dennoch nachlässt.

Andere Führungskräfte wissen zum vornherein um diese Problematik. Sie akzeptieren, dass sie ihre eigene Wirksamkeit nur erhalten und kontinuierlich zu steigern vermögen, wenn sie ihr Tun und Verhalten ständig neu hinterfragen und aus den gewonnenen Erkenntnissen resultatorientierte Führungsstrategien entwickeln. Nur so wird die eigene

Wirksamkeit im Management erhöht, so entsteht Management-Kraft, die zu Höchstleistungen führt.

Die Teilnehmenden bringen persönliches Engagement mit und sind bereit, sich selbst einer kritischen Analyse mit – fakultativ – anschliessendem Feedback zu unterziehen. Das Seminar richtet sich ausschliesslich an Teilnehmer/innen in höheren Funktionen mit langjährigem Führungs- bzw. Selbstmanagementwissen.

Themen

Chronische Probleme im Unternehmen analysieren

- Ganzheitliches Management und Komplexität, Trend Führung 4.0
- Irrationale Aspekte im Management
- Stabile Führungssituationen schaffen: was bedeutet das für mich?
- Informationsflut und Produktivität der Wissensarbeit im digitalen Zeitalter
- Implementierung permanenter Lern- und Entwicklungsprozesse: Die Balance zwischen Bewahren und Erneuern
- Führungsverständnis im digitalen Zeitalter – Umgang mit neuen Generationen

Eigene ungenutzte Leistungsreserven erkennen

- Die eigene Karriereausrichtung als Voraussetzung
- Das persönliche Wertsystem erkennen, nutzen und zeigen
- Eigene Potentiale im Führungsprozess optimal ausschöpfen
- Aus Selbsterkenntnis zu Selbstbewusstsein
- Probleme als Chancen erkennen und nutzen

- Konstruktive Konflikte schüren
- Die Macht der Gewohnheiten brechen: Blockaden im Kopf
- Die Bedeutung von Kreativität, Intuition und Gespür: Wie man sich auf Innovation und Pioniertaten programmiert
- Entwicklung von Leistungssteigerungsstrategien

Die eigene permanente Fokussierung sicherstellen

- Zielfindung: Unbewusste Entscheidungen für das Unwichtige vermeiden
- Zieltransfer: Massnahmenpläne für die tägliche Arbeit
- «Beruflich Profi – Privat Amateur»
- Mentale Aspekte: Techniken zur Energiegewinnung
- Strategien für Routinetätigkeiten
- Ausdauer, Engagement und Tatkraft durch geplante Freiräume: Burnout-Gefahren rechtzeitig erkennen
- Umgang mit grossen Belastungen und Niederlagen
- Autorität durch Gelassenheit, Umgang mit Macht
- Pflege zwischenmenschlicher Beziehungen

Kommunikationsmanagement der Executives

Sie trainieren den Umgang mit anspruchsvollen Kommunikationspartnern und Führungsverhalten der Executives und behandeln Themen wie:

- Konflikt- und Konsensfähigkeit unter Beweis stellen
- Instrumente und Techniken für souveränes Kommunizieren: Im Team, in Konflikten, im Change
- Lernen, die richtigen Fragen zu stellen und gekonnt Feedback zu geben
- Training des eigenen authentischen Verhaltens
- Führung operativ umgesetzt

Coaching: Potentiale der Mitarbeiter erkennen und nutzen

- Was erfolgreiche Manager und deren Mitarbeiter anders machen
- Die Führungseigenschaften der Leader: Visionäre, emotionale und instrumentelle Führung
- Instrumente der Einflussnahme
- Fehler bei der Stellenbesetzung rasch korrigieren
- Effektives Delegieren erfordert Mut: Aus Mitarbeitern Champions machen
- Mindestspielregeln und Grundsätze der Zusammenarbeit



Andreas Rippberger, Dipl.-Betr.-Wirt
Director Consulting St. Gallen Business School

Personal Effectiveness

Wie Manager in weniger Zeit mehr erreichen

Durchführungen

2019

Nr. 66119 **1. Durchführung 2019**
11. – 14. März 2019
Davos

Nr. 66219 **2. Durchführung 2019**
3. – 6. Juni 2019
Zürich

Nr. 66319 **3. Durchführung 2019**
9. – 12. September 2019
Zürich

Nr. 66419 **4. Durchführung 2019**
2. – 5. Dezember 2019
Zürich

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/66

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Führungskräfte aus dem oberen und mittleren Management, die Ihre Wirksamkeit, Produktivität und Leistungskraft steigern möchten.
2. Manager, Unternehmer und Fachspezialisten, die erfahren möchten, mit welchen smarten Methoden es gelingt, Hochleistung zu erbringen und gleichzeitig eine ausgeglichene Work-Life-Balance zu haben.
3. Führungskräfte, die in weniger Zeit, deutlich mehr erreichen erreichen möchten

Ihr Nutzen

Dieses 4-tägige Training wurde gezielt für Führungskräfte, Entscheider und Spezialisten entwickelt, die sich wieder stärker auf Resultate und Ziele fokussieren möchten.

Nach diesem Training wissen Sie, wie Sie das operative Tagesgeschäft konsequent von sich fernhalten und wo Sie bei sich ansetzen müssen, um Ihren persönlichen Wirkungsgrad zu steigern.

Themen

Leadership Performance / Einfluss ausüben / Personality Power

- Die persönliche Multiplikationswirkung bewusst steuern
- Die Optimierung des persönlichen Einflussverhaltens
- Warum «Momente-der-Wahrheit» von enormer Bedeutung sind
- Wie strahle ich noch mehr Persönlichkeitsstärke aus?

Monkey Management / Effektivität, Wirksamkeit und Schlagkraft

- Die Steigerung der persönlichen Wirksamkeit und Leistungskraft
- Mit welchen Methoden arbeiten eigentlich die Besten?
- Best-Practice-Methodenkoffer der Produktivität
- Wie Sie es vermeiden, effizient ineffektiv zu sein
- Vermeidung von Rückdelegation-Spielchen
- Wege raus aus dem Operativen – Fokus auf Ziele und Ergebnisse
- Harvard Problemlösungs-Format
- Tipps & Tricks: Callback System, Puma-Vorlage, Paravent Technik, 10-Email-Methodik, Profiling etc.

High Performance Coaching

- Mitarbeiter durch Coaching zur Eigenverantwortung führen
- Moderne Problemlösungs- und Entscheidungsmethoden kennenlernen und eintrainieren
- Bewährte Schemata, um schwierige Mitarbeitersituationen zu lösen

Lebensgestaltung, Work-Life Balance

- Die Kombination von Leistung und Life Balance
- Fokusfelder der persönlichen Lebensgestaltung
- Die 3 Lebenssäulen: Gesundheit – Arbeit – Beziehung
- Was sagen 1001 Studien zum Thema «Personal Happiness»?
- Mentales Cockpit – Wie steuere ich Emotionen



Dr. Jan Roy Edlund
Monkey Management

St. Galler Führungstraining

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 63119 **1. Durchführung 2019**
14. – 17. Januar 2019
Luzern

Nr. 63219 **2. Durchführung 2019**
1. – 4. April 2019
St. Gallen

Nr. 63319 **3. Durchführung 2019**
8. – 11. Juli 2019
St. Gallen

Nr. 63419 **4. Durchführung 2019**
11. – 14. November 2019
St. Gallen

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/63

Zielgruppe

1. Führungskräfte, Ergebnis- oder Projektverantwortliche aus allen Bereichen, die eine komplette praxisbezogene Gesamtsicht moderner Führung wünschen und erprobte Führungsinstrumente, Methoden und Verhaltensweisen trainieren wollen
2. Führungsverantwortliche, die bereits befördert oder für eine neue Position vorgesehen sind, mit dem Ziel, ihre Führungsleistungen aufgrund neuer Aufgaben oder Kompetenzen zu hinterfragen und zu optimieren
3. Nichtbetriebswirtschaftler, Fachspezialisten oder Nachwuchskräfte, die eine fundierte, tiefgehende Führungsausbildung benötigen
4. Praktiker, die sich bisher nicht systematisch mit Führungsfragen befasst haben bzw. Führungskräfte, die ihr Führungs-Know-how auf den neuesten Stand bringen wollen

Konzeption & Themen

Wie führt man Mitarbeiter, Kollegen, Vorgesetzte und sich selbst in Zeiten disruptiver Veränderungen? Eingebettet in die Logik des St. Galler Führungskonzepts trainieren wir mittels neuester Erkenntnisse die zentralen Elemente moderner Führung. Dank Impulsreferaten, Arbeiten in Kleingruppen, Check-ups und Plenumsdiskussionen gewinnen Sie Einblick in ihr eigenes Führungsverhalten. Sie werden erkennen, wie Sie wann wie wirken. Vor allem trainieren Sie jedoch, in welchen Bereichen Sie Ihr eigenes Führungsverhalten optimieren bzw. bewusst verbessern können. Ebenso erfahren Sie, welche einfachen Kniffs und Tricks gerade in Situationen alltäglicher Führungsarbeit Wunder wirken können.

Situative und individuelle Führung – reflexartiges und reflektiertes Verhalten – die richtige Mischung ist entscheidend

- Das ganzheitliche St. Galler Führungskonzept und Führung 4.0
- Psychologische Typologien für die Praxis: Verhaltensmuster von Chefs, Kollegen und Mitarbeitenden verstehen und nutzen
- Handlungsspielräume für unterschiedliche Charaktere definieren, die Verhalten, Kompetenz und Leistung beeinflussen
- Vom Fordern und vom Fördern: Prozesse, die Verhalten und Leistung steuern

- Virtuelle Führung: Umgang mit «virtuellen» Mitarbeitenden und Teams

Psychologie der Führung: Ohne Selbsterkenntnis und Selbstführung funktioniert es nicht

- Zielgerichtete Selbstführung: Das eigene Führungsverhalten muss zur Persönlichkeitsstruktur passen
- Analysen und Denkstildiagnosen für den Führungsalltag: Eigene Entscheidungs- und Verhaltensmuster im Voraus entwickeln
- Die Wirkung der eigenen Persönlichkeit auf andere kennen, den persönlichen Wirkungsgrad steigern, überzeugen und sich durchsetzen
- Opportunitäten statt Konflikte schaffen: Persönlichkeitsunterschiede von Kollegen, Chefs und Mitarbeitenden richtig nutzen

Führen im Sturm und wenn es weh tut

- Umgang mit schwierigen Situationen und Dauerbelastung: Resilienz im Team steigern
- Die eigene Person und Teams «in Action»: Stress bei sich und anderen erkennen und managen
- Die eigene Haltung positiv beeinflussen: Wie souveränes und achtames Agieren geht
- Emotionale Intelligenz in der Führung bewusst einsetzen

Personal Empowerment

Führen, Auftreten, Wirken

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 67119 **1. Durchführung 2019**

1. Teil 25. – 28. Februar 2019
2. Teil 25. – 27. März 2019
DE-Berlin / Brunnen

Nr. 67219 **2. Durchführung 2019**

1. Teil 11. – 14. März 2019
2. Teil 25. – 27. März 2019
Brunnen / Brunnen

Nr. 67319 **3. Durchführung 2019**

1. Teil 1. – 4. Juli 2019
2. Teil 18. – 20. Sept. 2019
Brunnen / DE-Rottach-Egern

Nr. 67419 **4. Durchführung 2019**

1. Teil 19. – 21. August 2019
2. Teil 18. – 20. Sept. 2019
Brunnen / DE-Rottach-Egern

Nr. 67519 **5. Durchführung 2019**

1. Teil 15. – 18. Oktober 2019
2. Teil 2. – 4. Dezember 2019
DE-Stuttgart / DE-Frankfurt

Dauer: 1 x 4 Tage und 1 x 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 6900.–/€ 6300.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/67

Zielgruppe

Führungs-, Nachwuchskräfte und
Fachspezialisten, die

- ihre Persönlichkeit gezielt reflektieren und weiterentwickeln wollen
- ihr Wissen über Effektivität, Persönlichkeit, Führungsverhalten und Leadership aufarbeiten und die so gewonnenen Erkenntnisse im Führungsalltag einsetzen wollen
- systematisch ihre persönliche Produktivität und ihren Wirkungsgrad verbessern wollen
- sich ihrer Ausstrahlung und Wirkung bewusster werden möchten und Impulse für Optimierungen suchen

Konzeption & Themen

Wer sich langfristig wirkungsvoll selbst und andere führen sowie höhere Ziele erreichen, wer sein Unternehmen und den eigenen Verantwortungsbereich gegen Aussen glaubwürdig vertreten will, benötigt fundierte Kenntnisse der eigenen Persönlichkeit.

Zu wissen, über welche Ressourcen man wie lange verfügt, wo Stärken, Schwächen und Schmerzpunkte liegen, ist unerlässlich.

Zusätzlich braucht es den unabdingbaren Willen, auch zu wollen: nämlich sich und sein Verhaltensrepertoire ständig zu überprüfen und zu erweitern, allerdings immer im Einklang mit der «eigenen Mitte», nur so gelangen Sie zu nachhaltigem Führungserfolg, erreichen das «Mehr», das Sie tatsächlich wollen.

Wirksame Führung und Selbstführung kann allerdings weder einfach kopiert werden, noch gibt es Patentrezepte. Entsprechend liefert das Seminar zwar die wissenschaftlich gesicherten Grundlagen, Praktikerwissen und «Best Practices», diese sind aber auf die eigene Führungspersönlichkeit und jeweilige Führungssituation abzustimmen.

Genau hier setzen die 2 Seminarteile an: Sie diskutieren unterschiedliche «Verhaltens- und Wirkungs-Strategien» für unterschiedliche Situationen im Führungsalltag: Hohe Ziele erreichen, Konflikte, Widerstände, schwierige Entscheidungen, Ängste, Stress, Arbeit in

Teams, Reden vor Publikum. Gleichzeitig trainieren Sie, wie Sie tatsächlich in Ihrem Auftreten, Kommunizieren, Verhandeln gegen Aussen wirken und optimieren so Ihren Führungs-, Arbeits- und Managementstil.

Führungssouveränität

Merkmale erfolgreichen Führungs- und Leadership-Verhaltens

Selbstreflektion

Führungsaufgaben bewusst angehen, richtiger Umgang mit Mitarbeitern, Vorgesetzten und Kunden in unterschiedlichen Situationen

Persönlichkeit

Verhaltensweisen, die Anerkennung und Respekt bewirken, Wege zu mehr Gelassenheit, «Life Balance» und Souveränität

Passion

Motivieren, Begeistern, Kommunizieren: Beziehungsqualität, Menschenkenntnis und Vertrauen

Rhetorik und Sprache

Wirkungsvoll sprechen, Grundmuster erfolgreicher Rhetorik, bewusste und unbewusste Signale an Empfänger

Führen und kommunizieren

Wirken, Ausstrahlung, Wirkung

Produktiv arbeiten und führen, Wirkung führt zur Marke «Ich» – oder wie will ich gesehen werden?

Rhetorik und motivierende Kommunikation

Geschäfte und Konzepte gegen Innen und Aussen «verkaufen»

Durchführungen

2019

Nr. 71119 **1. Durchführung 2019**
25. – 27. Februar 2019
Luzern

Nr. 71219 **2. Durchführung 2019**
13. – 15. Mai 2019
DE-Frankfurt

Nr. 71319 **3. Durchführung 2019**
21. – 23. Oktober 2019
DE-Berlin

Nr. 71419 **4. Durchführung 2019**
3. – 5. Dezember 2019
DE-Köngen bei Stuttgart

Dauer: 1 x 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 3300.–/€ 2900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/71

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Führungskräfte, die ihre rhetorische Kompetenz überprüfen und verbessern wollen.
2. Führungskräfte, Spezialisten und Projektleiter, die ihre kommunikative Wirkung optimieren wollen.
3. Kundenverantwortliche, die den Umgang mit Kunden in schwierigen Situationen trainieren wollen.

Konzeption

Sagen, was man meint; reden, um zu wirken; fragen, um zu verstehen; schreiben, um der Idee einen Körper zu geben. Rhetorische Fähigkeiten sind von unschätzbarem Vorteil, sei es bei Gesprächen mit Kunden oder im Unternehmen. Sie sind auch unabdingbar, Mitarbeiter und Teams zu Höchstleistungen zu motivieren.

Themen

Rhetorik im Kundengespräch ist nötig

- um zu fragen, denn oft weiss der Kunde anfangs nicht, was er will
- um Offert- und Verkaufsgespräche zu meistern, denn Unternehmen verkaufen abstrakte Produkte und somit Vertrauen
- um kritische Gesprächssituationen zu überstehen, denn ein einziges falsches Wort kann die Kundenbeziehung zerstören
- um spontan zu verhandeln, zu überzeugen, zu motivieren, denn Kundennutzen wird immer wieder neu erbracht
- um auf Beschwerden richtig zu reagieren, denn aus unzufriedenen Kunden können treue Stammkunden gemacht werden.

Rhetorik im Mitarbeitergespräch braucht es aber auch

- wenn es darum geht, andere von der Richtigkeit einer Idee zu überzeugen
- um Veränderungen an Mitarbeitende so zu kommunizieren, dass Verständnis und Akzeptanz für Wandel entsteht
- wenn man, als Teil eines Teams, sich dank guter oder zumindest gut vorgebrachter Argumente durchsetzen möchte

- wenn unangenehme Themen anstehen und man diese nicht verdrängen will

Führungsverantwortung, Coaching und Kommunikation

Neben diesen im Geschäftsalltag typischen Situationen gibt es aber auch einige Spezialthemen, die Höchstleistungen erfordern:

- Krisensituationen: Etwas Gravierendes passiert, Sie müssen Journalisten Rede und Antwort stehen
- Auftritt vor grossem Publikum: Für die meisten eine ungewohnte, aber wichtige und irreversible Bewährungsprobe
- Übernahme einer neuen Führungsfunktion bzw. eines Teams oder einer Abteilung

All diese Themen werden im Verlaufe des Seminars intensiv behandelt und trainiert.



Leadership – St. Galler Führungsprogramm

Durchführungen

2019

Nr. 70119	1. Durchführung 2019 1. Teil 14. – 17. Januar 2019 2. Teil 18. – 21. März 2019 Luzern/Davos
Nr. 70219	2. Durchführung 2019 1. Teil 1. – 4. April 2019 2. Teil 20. – 23. Mai 2019 St. Gallen/Zürich
Nr. 70319	3. Durchführung 2019 1. Teil 8. – 11. Juli 2019 2. Teil 23. – 26. September 2019 St. Gallen/Zürich
Nr. 70419	4. Durchführung 2019 1. Teil 11. – 14. November 2019 2. Teil 25. – 28. November 2019 St. Gallen/Zürich

Dauer: 2 x 4 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. Teil möglich.

Seminargebühr*: CHF 7400.–/€ 6600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/70

Zielgruppe

1. Führungskräfte, Ergebnis- oder Projektverantwortliche aus allen Bereichen, die eine komplette praxisbezogene Gesamtsicht moderner Führung wünschen und erprobte Führungsinstrumente, Methoden und Verhaltensweisen trainieren wollen.
2. Führungsverantwortliche, die bereits befördert oder für eine neue Position vorgesehen sind, mit dem Ziel, ihre Führungsleistungen aufgrund neuer Aufgaben oder Kompetenzen zu hinterfragen und zu optimieren.
3. Nichtbetriebswirtschaftler, Fachspezialisten oder Nachwuchskräfte, die eine fundierte, tiefgehende Führungsausbildung benötigen.
4. Praktiker, die sich bisher nicht systematisch mit Führungsfragen befassen haben bzw. Führungskräfte, die ihr Führungs-Know-how auf den neuesten Stand bringen wollen.

Konzeption

Führen heisst, mit Hilfe von anderen Resultate erbringen. Die besten Ergebnisse erbringen diejenigen Persönlichkeiten, denen es gelingt, alle Facetten des Erfolgsfaktors «Führung» umfassend und nachhaltig zu steuern.

Der Lehrgang «Leadership – St. Galler Führungsprogramm» vermittelt und trainiert in intensiver Form in zwei Teilen das notwendige fachliche und persönliche Rüstzeug, um Führungsaufgaben optimal in der täglichen Praxis wahrzunehmen.

Die Anforderungen an Führungskräfte und ihre Rollen als Vorgesetzte, Kollegen und Unterstellte werden erarbeitet, diskutiert und anhand zahlreicher Beispiele konkretisiert.

Schritt für Schritt werden die einzelnen Bausteine eines Führungskonzeptes erarbeitet. Die Teilnehmer/innen entwickeln Fähigkeiten und erarbeiten sich die Kompetenz, ihre Produktivität und diejenige ihrer Mitarbeiter dank effizienter und effektiver Führung erheblich zu steigern, Leistungsreserven in Organisationen zu mobilisieren sowie herausragende Einzel- oder Teamleistungen zu erbringen.

Themen im Überblick

Inventur der eigenen Führungsleistung

Voraussetzungen erfolgreicher Führung – Analysen und Denktildiagnosen – Die eigene Rolle und ihre Wirkung auf Unterstellte, Vorgesetzte und Kollegen – Das persönliche Potential aktivieren, soziale Kompetenz und Führungs-Kraft weiterentwickeln

Psychologie der Führung

Ist Führung lernbar – Lehrmeister «Erfahrung» – Menschliche Verhaltensweisen – Rollen der Leaders und Followers: Was sind die Unterschiede?

Führungsmethoden für die Praxis

Führen statt ausführen – Richtig delegieren – Management der Zeit – Gesprächsführung als Hauptaufgabe

Führung in schwierigen Situationen

Umgang mit problematischen Mitarbeitern – Ängste, Unsicherheit, Frustration und Lethargie – Stressbewältigung im Alltag – Work-Life-Balance

Leadership, Teamführung, Coaching

Der Vorgesetzte als Coach – Professionelle Teamarbeit, Gruppen erfolgreich steuern – People Empowering – Prinzip «Selbstverantwortung»

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar: inhouse@sgbs.ch

Themen

Das ganzheitliche St. Galler Führungskonzept

- Die Einbettung der Führung in das systemorientierte Management
- Das Navigationsinstrumentarium für Führungserfolg
- Die Revolution in der Arbeitswelt bewältigen: Führungstrends & Führung 4.0

Inventur der eigenen Führungsleistung

- Voraussetzungen erfolgreicher Führung in disruptiven, digitalen Zeiten
- Analysen und Denkstildiagnostics für den Führungsalltag: Die eigene Rolle und ihre Wirkung auf Unterstellte, Vorgesetzte und Kollegen
- Das persönliche Potential aktivieren, soziale Kompetenz und Führungskraft weiterentwickeln

Psychologie der Führung

- Ist Führung lernbar? Der Lehrmeister «Erfahrung»
- Schlussfolgerungen aus menschlichen Verhaltensweisen: Häufigste und typische Fehler
- Die Rollen der Leaders und Followers: Führen nach «unten» und «oben»

Führungsmethoden für die Praxis

- Führen statt ausführen: Richtig delegieren will gelernt sein
- Management der Zeit: Zeitfallen geschickt umgehen dank gekonnter Arbeitstechnik
- Mehr Effizienz und Effektivität durch Focussierung auf das Wesentliche: Priority- und Entscheidungs-Management
- Bewährte und neue Arbeitsweisen für den effektiven Manager: Praxistipps der Erfolgreichen
- Neue Problemlösungen finden mit der Methodik des «Vernetzten Denkens»
- Gesprächsführung als Hauptaufgabe: Delegations-, Kritik-, Beurteilungs-, Anerkennungs- und Kontrollgespräche

Führen mit Zielen als Kernstück der Führung

- Der Zielsetzungsprozess: Strategien, Marketingpläne und Organisationskonzepte in Budgets und Massnahmenpläne umsetzen
- Ziele und Vorgaben stufengerecht vereinbaren und Leistungen beurteilen
- Anreizsysteme und Kontrolle als Scharniere zwischen Zielen und Resultaten

Führung in schwierigen Situationen

- Strategien für die Bewältigung von Konflikten: Nullsummenspiele, Konflikte bearbeiten
- Umgang mit problematischen Mitarbeitern
- Umgehen mit Ängsten, Unsicherheit, Frustration und Lethargie, Stressbewältigung im Alltag

Managementpotential finden und aufbauen

- Mitarbeiter und Führungskräfte finden und selektionieren
- Das Potential der Mitarbeitenden abschätzen und nutzen: Wissen, Können und Wollen in Einklang bringen
- Mitarbeiterentwicklung: Wie aus Beurteilungsgesprächen ein Instrument zur Mitarbeiterförderung wird

Leadership, Teamführung, Coaching

- Leadership als Basis für Spitzenleistungen
- Der Vorgesetzte als Coach, Professionelle Teamarbeit, Gruppen erfolgreich steuern
- Hohe Mitarbeiterzufriedenheit bei hoher Leistung: People Empowering, das Prinzip «Selbstverantwortung»

Seminar in English:

Ähnliches Seminar in englischer Sprache:

Leadership-Week



2018

No. 72218 **Winter 2018**

November 12 – 16, 2018
Boston, USA
Harvard Club of Boston

2019

No. 72119 **Summer 2019**

July 1 – 4, 2019
Davos

No. 72219 **Fall 2019**

September 9 – 12, 2019
Boston, USA
Harvard Club of Boston

No. 72319 **Winter 2019**

November 18 – 21, 2019
Davos

Duration: 1 x 4 days

Course Fee : CHF 4900.– / € 4500.–



Christoph Schmitz, MBA
Alumni-Beirat der St. Galler Business School

Leadership für Executives: Die Weichen in der Führung richtig stellen

Durchführungen

2019

Nr. 74119 **1. Durchführung 2019**
28. – 31. Januar 2019
Davos

Nr. 74219 **2. Durchführung 2019**
25. – 28. März 2019
DE-Rottach-Egern

Nr. 74319 **3. Durchführung 2019**
24. – 27. Juni 2019
Brunnen (Nähe Luzern)

Nr. 74419 **4. Durchführung 2019**
9. – 12. September 2019
Luzern

Nr. 74519 **5. Durchführung 2019**
18. – 21. November 2019
DE-Berlin

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4900.–/€ 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/74

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Nur wer sich als Führungspersönlichkeit ständig selbst hinterfragt, schafft Überblick und gewinnt Einsichten. Hier setzt das 4-tägige Seminar an: Im Diskurs mit den Teilnehmenden bringen die erfahrenen Dozenten bewährtes wie neues Führungswissen auf den Punkt und zeigen, wo aus Ihrer Sicht die wirklichen Hebel zur Steigerung Ihrer persönlichen Management-Kraft liegen.

1. Obere Führungskräfte mit Erfolgsverantwortung.
2. Persönlichkeiten mit langjähriger Führungserfahrung, die ihre Wirksamkeit erhöhen möchten.
3. Führungskräfte, welche für weiterführende Executive-Positionen vorgesehen sind und sich entsprechend vorbereiten möchten.

Konzeption und Themen

Als langjährige Führungskraft ist Ihnen Management Beruf und Berufung zugleich. Mit den Grundprinzipien erfolgreicher Führung sind Sie vertraut und erfolgreich. Sie haben bereits ein so hohes Mass an Führungssouveränität erreicht, dass Ihnen gerade darum klar ist, dass nur stetes Arbeiten an der eigenen Persönlichkeit es vermag, sich und andere dauerhaft wirksam zu machen und damit die Erfolge zu schaffen, die letztlich Ihr Unternehmen und Sie selbst weiterbringen.

Abseits des operativen Geschäfts erhalten Sie dadurch die Chance, sich gleichzeitig mit Ihren eigenen Fähigkeiten kritisch auseinander zu setzen und so neue Erkenntnisse, Ideen und Ansätze für den eigenen Führungsalltag zu gewinnen. Daraus resultiert Management-Kraft.

Die eigene Führung hinterfragen

- Wo liegen die üblichen «chronischen» Probleme im Unternehmen, in der Führung?
- Was setzt erfolgreiche Führung voraus?
- Werte und Verhaltensweisen welche meinen Führungsanspruch unterstützen
- Wie wird mein Verhalten von Dritten wahrgenommen
- Die Typologie der eigenen Führung

- Ungenutzte Leistungsreserven: Die eigenen Potenziale hinterfragen
- Die Wirkung des Umfelds: Dos und Don'ts in der Beeinflussung: Was lasse ich zu? Was aushalten?

Die permanente Weiterentwicklung als Führungskraft

- Der Umgang mit Informationen: Durch Komplexitätsreduktion Produktivität erhöhen – Wichtiges von Unwichtigem trennen
- Macht der Gewohnheiten brechen: Wann blockieren wir uns?
- Persönliche Lern- und Entwicklungsprozesse initiieren
- Führungskräfte aufbauen und halten

Kommunikations- und Konfliktfähigkeit als Voraussetzung – Change

- Kommunikation als wichtigstes Arbeitsinstrument eines Executives: Motivation steigern und Widerstand vermeiden dank gekonnter Kommunikation
- Schwierige Situationen und Konflikte kommunikativ bewältigen
- Führen in schwierigen Zeiten und im Change: Höchstleistungen erbringen, wenn es darauf ankommt

Leadership für Executives: Führung operativ erfolgreich umgesetzt

Durchführungen

2019

Nr. 75119 **1. Durchführung 2019**
13. – 15. März 2019
DE-Stuttgart

Nr. 75219 **2. Durchführung 2019**
26. – 28. Juni 2019
Brunnen (Nähe Luzern)

Nr. 75319 **3. Durchführung 2019**
18. – 20. September 2019
Luzern

Nr. 75419 **4. Durchführung 2019**
9. – 11. Dezember 2019
DE-Berlin

Dauer: 1 x 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 3300.–/€ 2900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/75

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Führungskräfte der oberen Führungsebene mit langjähriger Führungserfahrung
2. Abteilungs- und Bereichsleiter mit grosser Verantwortung
3. Führungskräfte, die Stellhebel suchen, die eigene Führungsleistung besser in Erfolge umsetzen zu können
4. Für höhere Funktionen vorgesehene Führungskräfte, die die eigene Führungskraft vorab gezielt optimieren möchten

Das Seminar richtet sich speziell an erfahrene Führungskräfte aus den obersten Hierarchiestufen. Diesen Executives bieten wir so die Möglichkeit, sich auf hohem Niveau mit Experten ihres Fachgebiets auszutauschen und so neue Impulse für die eigene Praxis zu schaffen.

Konzeption

Durch Ihr Verhalten im operativen Tagesgeschäft, durch die Art Ihrer Kommunikation und Ihre Reaktionen auf schwierige Situationen steuern und beeinflussen Sie nicht nur massgeblich die Wahrnehmung und die Reaktionen Ihrer Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und der Öffentlichkeit, sondern tragen zu einer Führungskultur bei, welche alle Mitarbeiter des Unternehmens oder Ihres Bereiches bei Ihren Entscheidungen und Handlungen ebenfalls als Orientierungsraster heranziehen. Ein bewusstes Management des eigenen Verhaltens und der Kommunikation ist deshalb unabdingbare Voraussetzung, will man seine Verantwortungsbereiche aktiv gestalten, um heutigen Anforderungen gewachsen zu sein. Wer sich in diesen Belangen nicht permanent selbst reflektiert, überlässt langfristig den wahrscheinlich entscheidendsten Erfolgsfaktor Leadership zu sehr dem Zufall oder wird zum Spielball unterschiedlichster Interessen.

Ziel des viertägigen Seminars ist es, das eigene Führungswissen auf seine Anwendbarkeit zu überprüfen, kritisch auf den Prüfstand zu stellen und hinsichtlich Umsetzungserfolg und Wirkung gegen Aussen zu hinterfragen.

Themen

Schwierige Führungssituationen bewältigen

- Was hindert uns daran, so zu führen, wie wir möchten?
- Wie können wir das Tagesgeschäft strukturieren, um einen optimalen Führungserfolg zu erzielen
- Der Umgang mit «Führungsrezepten»: Führungswissen einschätzen
- Umgang mit Schwachleistern und High Potentials, Teams nachhaltig aufbauen

Führen der eigenen Person – Die eigene Life-Balance finden

- Die eigene Arbeitskraft unter Druck richtig einschätzen: Stressmanagement und Freiräume als Schleusen für mehr Leistung schaffen
- Die eigene Zeit beherrschen: Was ist mir wertvoll, was ist meine Gegenwart? Mentale Stärken

Mein Führungsteam: Nur zusammen sind wir stark

- Mitarbeiter heuern bei Unternehmen an und verlassen Vorgesetzte – der Weg zum stabilen Führungsteam: Selektieren, Fordern und Fördern
- Konflikte lösen oder schlummern lassen? Konfliktstufenmodelle
- Mit proaktiver Führung frühzeitig Krisen vermeiden

Die effektive Führungspersönlichkeit

Durchführungen

2019

Nr. 62019 **1. Durchführung 2019**
25. – 28. Februar 2019
DE-Berlin

Nr. 62119 **2. Durchführung 2019**
11. – 14. März 2019
Brunnen (Nähe Luzern)

Nr. 62219 **3. Durchführung 2019**
1. – 4. Juli 2019
Brunnen (Nähe Luzern)

Nr. 62319 **4. Durchführung 2019**
19. – 22. August 2019
Brunnen (Nähe Luzern)

Nr. 62419 **5. Durchführung 2019**
15. – 18. Oktober 2019
DE-Stuttgart

Nr. 62519 **6. Durchführung 2019**
25. – 28. November 2019
Brunnen (Nähe Luzern)

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/62

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Führungskräfte aus allen Branchen, die sich einmal 4 Tage Zeit nehmen wollen, um sich intensiv mit ihrer Führungsrolle auseinander zu setzen
2. Fachkräfte, Nachwuchskräfte und Projektleiter, die wissen wollen, wo exakt ihre Talente und Kernfähigkeiten liegen und wie sie diese im Berufsalltag optimal zur Anwendung bringen
3. Jüngere Personen mit Führungsverantwortung, die mehr Führungswirkung entfalten wollen

Konzeption und Themen

Wer führen möchte, muss Führungspersönlichkeit sein. In diesem Sinne sind Führungskräfte in erster Linie Vorbilder. In diesem Intensivseminar bekommen Sie die Impulse zur systematischen Weiterentwicklung und Vertiefung Ihrer Führungspersönlichkeit. Sie trainieren Ihr Führungsverhalten und den effektiven Umgang mit Mitarbeitern, Vorgesetzten und Kollegen. Dadurch können Sie mehr Führungswirkung entfalten, haben mehr Ausstrahlung und schaffen so die Voraussetzung für mehr Erfolg in der Führungsarbeit.

Grundlagen der Persönlichkeit

- Kurzaufsatz über die wichtigsten Konzepte des Persönlichkeitsmanagements
- Grundlagen der Führung, Führungstechniken
- Selbsterkenntnis als Voraussetzung für richtiges Führungsverhalten
- Typische Führungsfehler und -fallen
- Check der eigenen Persönlichkeit
- Meine inneren Antreiber, meine Einstellungen: Persönliche Vision
- Aufspüren von Talenten und Fähigkeiten
- Verschiedene Persönlichkeitstests
- Was ist Motivation?
- Selbstdisziplin

Führungssouveränität

- Technik des Modeling: Was zeichnet charakterstarke Persönlichkeiten aus? Menschenkenntnis stärken
- Authentizität: Von innen heraus stark wirken
- Mit «Life Balance» zur psychologischen Stabilität
- Die Schwerpunkte liegen auf dem Verhaltenstraining des Vorgesetzten und dem praktischen Bewältigen verschiedener Situationen anhand von Rollenspielen

Wirkungsvolle Führen, wirkungsvoll Kommunizieren und Rhetorik

- Den eigenen Führungsstil weiterentwickeln: Balance zwischen Hard- und Softlining
- Arbeit mit Kollegen und mit/in Teams
- Mein persönliches Rhetorik & Kommunikationsverhalten
- Wirkung durch Körpersprache, Sympathiewerte schaffen
- Gekonnt Präsentieren und Auftreten
- Aktives Zuhören als Voraussetzung, Gesprächsbarrieren, Tipps für Mitarbeitergespräche, Auftreten in Verhandlungen

St. Galler Führungsmethodik

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 64119 **1. Durchführung 2019**
18. – 21. März 2019
Davos

Nr. 64219 **2. Durchführung 2019**
20. – 23. Mai 2019
Zürich

Nr. 64319 **3. Durchführung 2019**
23. – 26. September 2019
Zürich

Nr. 64419 **4. Durchführung 2019**
25. – 28. November 2019
Zürich

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/64

Zielgruppe

1. Führungskräfte, Nachwuchskräfte und Fachspezialisten, die bereits befördert oder für eine neue Position vorgesehen sind, die eine fundierte, Übersicht über aktuelle Führungsmethoden und -instrumente benötigen
2. Nichtbetriebswirtschaftler, Fachspezialisten, Praktiker oder Nachwuchskräfte, die sich bisher nicht systematisch mit Führungsmethoden befassen haben oder ihr Methoden-Know-how auf den neuesten Stand bringen wollen

Nutzen

Das Seminar verdichtet Bewährtes und Neues und zeigt, wie Führungskräfte und deren Mitarbeitende dank richtiger Methoden – z.B. die Art, Ziele zu setzen, mit Aufgaben und Informationen umzugehen – kurz die Art der Zusammenarbeit im eigenen Verantwortungsbereich optimieren und so souverän zu mehr Leistung kommen.

Konzeption & Themen

Die Art der Arbeit und damit auch die Führungsarbeit haben sich in den letzten Jahren massiv verändert. Hintergrund ist der enorme technische und gesellschaftliche Wandel. Die Erwartungen an die Leistungen der Menschen im Management sind hoch. Optimale Leistungen zu erbringen, erfordert allerdings ein Höchstmass an Effektivität und Effizienz – auf individueller Ebene wie auch bezogen auf Teams, Bereiche und Gesamtunternehmen.

Technische Tools spielen dabei zwar zunehmend eine wichtige Rolle, reichen jedoch bei Weitem nicht aus. Notwendig sind vielmehr bis heute bewährte klassische wie auch ganz neue Führungsmethoden und -techniken.

Erfolgsfaktoren moderner Führungsarbeit: Wege zu Wirksamkeit und Inventur der eigenen Führungsmethodik

- Vorbild sein in Zeiten disruptiver Entwicklungen: Von der Führungskraft zum Leader
- Praxistipps der Erfolgreichen: Welche Persönlichkeit ist die «richtige»?

Bewährte und neue Führungsmethoden für die Praxis – Kommunikation

- Die Produktivität der Führung: Den Führungsprozess richtig gestalten

- Fokussierung auf das Wesentliche: Wege zu Zielen, Produktivität organisieren, Probleme nachhaltig lösen,
- Kommunizieren als zentrale Management-Aufgabe: Was macht den souveränen Kommunikator aus?
- Warum Delegationsansagen und Feedback so schwerfallen und was dagegen zu tun ist

Die Führungskraft als Coach und Mentor

- People Empowering und das Prinzip Selbstverantwortung: Potenziale der Effizienzsteigerung in Teams erkennen und ausschöpfen
- Wenn Fleiss nicht mehr ausreicht: Mitarbeiterentwicklung, Delegationsprinzipien, Vertrauensbildung, «winning spirit» und Enthusiasmus – auch bei virtuellen Teams

Ziele, Managementpotenzial und Teammanagement

- Wie aus Konzepten Resultate werden, wie aus Zielen Ergebnisse
- Motivation für höhere und ehrgeizige Ziele: Die eigenen Energien auf die richtigen Ziele ausrichten
- Die richtigen Mitarbeitenden an der richtigen Aufgabe: Andere zum Erfolg führen

Die kommunikative, verhandlungssichere Führungskraft

Durchführungen

2019

Nr. 76119 1. Durchführung 2019

1. Teil 25. – 27. Februar 2019
2. Teil 1. – 3. April 2019
Luzern/DE-Bonn

Nr. 76219 2. Durchführung 2019

1. Teil 13. – 15. Mai 2019
2. Teil 3. – 5. Juli 2019
DE-Oberursel/Luzern

Nr. 76319 3. Durchführung 2019

1. Teil 21. – 23. Oktober 2019
2. Teil 11. – 13. Dezember 2019
DE-Berlin/DE-Berlin

Dauer: 2x3 Tage

Seminargebühr*: CHF 5900.–/€ 5400.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/76

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

1. Führungskräfte mit Ergebnisverantwortung
2. Executives mit hohem Anteil an Kommunikationsaufgaben
3. Verantwortliche für Bereiche, Abteilungen
4. Projektleitende, Führungskräfte aus Einkauf, Sourcing
5. Leistungsträger, die ihre eigene Führungspersönlichkeit dank guter Rhetorik und gekonnter Verhandlungstechnik weiterentwickeln wollen

Sie lernen:

- Ihren Verantwortungsbereich auch in schwierigen Situationen dank gewinnender Kommunikation und Rhetorik erfolgreich zu führen
- Die Wirkung in Gesprächen und Verhandlungen mit Mitarbeitenden, Kolleginnen und Kollegen und Chefs, Lieferanten und Kunden zu verstärken

Konzeption

Jede Chefin und jeder Chef hat es selbst in der Hand, durch gute Rhetorik, motivierende Kommunikation und situatives Verhandlungsgeschick für ein hohes Mass an Management-Qualität, Arbeitszufriedenheit und Leistungsbezug besorgt zu sein. Dafür braucht es eine hohe persönliche Kompetenz in Rhetorik und Verhandlungstechnik. Kommunikative Handlungsspielräume in unterschiedlichen Situationen sind zu nutzen, um

- die eigene Reputation im Unternehmen zu stärken,
- ein hervorragendes Betriebsklima zu sichern,
- eine leistungsorientierte Kultur mit einer ausserordentlichen Produktivität zu erreichen.

Begleitendes Feedback

Mit Hilfe dieses Programms erweitern Sie Ihr persönliches Kompetenzportfolio in den Bereichen Gesprächsführung, Kommunikation und Verhandeln. Persönliches Feedback begleitet die Teilnehmenden.

Themen

Kommunikative Handlungsspielräume schaffen

- Gesetzmässigkeiten guter Rhetorik und Kommunikation
- Die Psychologie menschlicher Kommunikation im Führungsalltag: bei bei Gesprächen und Präsentationen vor dem Chef, vor Mitarbeitenden, Meetings u.a.
- Gekonnt reden und Präsentieren: So wirke ich – Stärken und Verbesserungsmöglichkeiten im eigenen rhetorischen und kommunikativen Verhalten
- Die Bedeutung von Körpersprache und Unbewusstsein

Das Training zeichnet sich durch hohe Interaktivität und die Simulation von beruflichen Alltagssituationen aus und lebt von der Bereitschaft der Teilnehmer, sich persönlich einzubringen. Diskussion, Fallstudien, Rollenspiele und Gruppenarbeit gehören zu den eingesetzten Trainingsmethoden.

Verhandlungssicherheit gewinnen

- Kommunizieren, Verhandeln, Überzeugen
- Überzeugungskraft gewinnen durch richtige Argumentationsketten
- Aktiv Zuhören und Emotionen steuern
- Verhandlungschancen nutzen, Verhandlungskrisen meistern
- Dank Win-Win-Strategien zum Verhandlungserfolg

Selbstmanagement & Persönlichkeit

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 78119 **1. Durchführung 2019**

4. – 6. Februar 2019
DE-München

Nr. 78219 **2. Durchführung 2019**

25. – 27. März 2019
Brunnen

Nr. 78319 **3. Durchführung 2019**

24. – 26. Juni 2019
Luzern

Nr. 78419 **4. Durchführung 2019**

18. – 20. September 2019
DE-Rottach-Egern

Nr. 78519 **5. Durchführung 2019**

2. – 4. Dezember 2019
DE-Oberursel

Dauer: 1 x 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 3300.–/€ 2900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/78

Zielgruppe

1. Führungskräfte aus dem oberen und mittleren Management
2. Leistungsträger, die ihre eigene Führungspersönlichkeit weiter entwickeln wollen

Sie lernen:

- das Management der eigenen Person und den Umgang mit persönlichen Ressourcen optimal auszugestalten
- das eigene Auftreten und die persönliche Ausstrahlung auf andere zu erkennen und wo nötig schrittweise zu verbessern
- dank guter Kommunikation andere zu motivieren

Konzeption

Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der eigenen Persönlichkeit und im Umgang mit den eigenen Stärken und Unzulänglichkeiten. Die fachliche Leistung mag noch so gut sein: Letztlich entscheiden eben auch persönliche Qualitäten über den Stellenwert eines Leistungsträgers im Team, über Karriereperspektiven, über das persönliche Wohlbefinden. Dieses Seminar hilft, die zentralen persönlichen Qualitäten weiter auszubauen und jene Bestandteile der eigenen Führungspersönlichkeit, die hinderlich sind oder sein könnten, zu verstehen und schrittweise abzubauen.

Themen

Das Management der eigenen Person

- Unternehmens- und private Ziele in Einklang bringen
- Instrumente des Selbstmanagements
- Priorisieren, delegieren, Ressource Zeit fokussiert einsetzen

Die persönliche Leistung

- Die persönliche Leistung optimieren
- Führungsinstrumente zur Verbesserung des persönlichen Wirkungsgrads
- Arbeitstechnik, Sitzungstechnik, Präsentationstechnik und andere Themenbereiche der persönlichen Produktivität und Effektivität

Auftreten, Wirken und Ausstrahlung auf Andere

- Souverän auftreten, Sympathisch wirken, Kompetent wahrgenommen werden
- Der erste Eindruck: Ist, Soll, Massnahmen
- Die persönliche Wirkung auf Dritte verstärken

Die Marke «Ich»

- Mein persönlicher Markenkern: Für was stehe ich?
- Das eigene Image im Unternehmen und dessen Bedeutung
- Markenpflege in eigener Sache: Wie möchte ich gesehen werden?

Führen und kommunizieren

- Gesprächsführung als bedeutender Teil der Führungsleistung
- Gesetzmässigkeiten der gekonnten Kommunikation
- Eigene Kommunikationsmuster erkennen
- Das persönliche Kommunikationsverhalten optimieren

Kommunikation als Instrument von Leadern im 21. Jhd.

- Kommunikation, die motiviert
- Kommunikation, die inspiriert
- Schwierige Gespräche

St. Galler Finanzlehrgang

Durchführungen

2019

Nr. 50119 **1. Durchführung 2019**
1. Teil 14. – 17. Januar 2019
2. Teil 18. – 20. März 2019
Flims/Luzern

Nr. 50219 **2. Durchführung 2019**
1. Teil 18. – 21. März 2019
2. Teil 26. – 28. Juni 2019
Horn (Bodensee)/DE-Köln

Nr. 50319 **3. Durchführung 2019**
1. Teil 17. – 20. Juni 2019
2. Teil 26. – 28. Juni 2019
Wildhaus/DE-Köln

Nr. 50419 **4. Durchführung 2019**
1. Teil 26. – 29. Aug. 2019
2. Teil 25. – 27. Nov. 2019
Davos/Zürich

Nr. 50619 **5. Durchführung 2019**
1. Teil 4. – 7. November 2019
2. Teil 30. März – 1. April 2019
Luzern/Luzern

Dauer: 1 x 4 Tage und 1 x 3 Tage

Die Seminarteile können auch kombiniert, d.h. die Teile müssen nicht in der jeweiligen Durchführung besucht werden; ein Seminarstart ist auch über den 2. Teil möglich.

Seminargebühr*: CHF 6900.–/€ 6300.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/50

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

In 7 Tagen (1 x 4 Tage und 1 x 3 Tage) wird das komplexe Gebiet des Finanz- und Rechnungswesens umfassend und systematisch behandelt.

1. Führungskräfte aus Linie und Stab, die bereits heute bzw. in absehbarer Zukunft Ergebnis-, Kosten- oder Umsatzverantwortung tragen.
2. Betriebs-, Bereichs-, Abteilungs-, Produktions- und Gruppenleiter sowie Firmeninhaber ohne vertiefte, spezialisierte finanzwirtschaftliche Fachkenntnisse.
3. Spezialisten aus F+E, Produktion, Logistik, Einkauf bzw. Mitarbeiter zentraler Stellen.
4. Nachwuchsführungskräfte, Junior Chefs.
5. Naturwissenschaftler, Ingenieure, Techniker, Juristen, Psychologen.

Der Finanzlehrgang kann auch zur Auffrischung und Aktualisierung einmal erworbenen Wissens dienen.

Konzeption

Führungsverantwortung tragen und Resultate erbringen setzt Kompetenz im Umgang mit allen Belangen des betrieblichen Rechnungswesens und der finanziellen Führung voraus.

Von Führungskräften und Fachspezialisten wird heute verlangt:

- strategische Eckwerte und Vorgaben in finanziell und kostenmässig fundierte Ziele und Massnahmenpläne zu überführen,
- ihren Verantwortungsbereich ergebnisorientiert zu steuern,
- entscheidungsrelevante Führungsinformationen für sich optimal zu nutzen,
- genau zu wissen, wo welche Kosten warum entstehen und wie diese beeinflusst werden können sowie
- Investitionsanträge kompetent vertreten und beurteilen zu können.

Sich in diesen Belangen in kurzer Zeit selbständig solide und umfassende Fachkenntnisse anzueignen, gestaltet sich im Unternehmensalltag oft sehr aufwendig. Hier hilft der «St.Galler Finanzlehrgang».

Methodik/Themenübersicht

Schritt für Schritt vermitteln und trainieren erfahrene Referenten sehr praxisnah, spannend und konkret das Gesamtsystem der finanziellen Führung und die sich daraus ergebenden Einzelfragen aus allen Unternehmensbereichen:

- **Das Finanzwirtschaftskonzept im Überblick**
- **Financial Basics**
- **Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung**
- **Cash Management, Financial- Engineering, Shareholder Value Management**
- **Controlling**
- **Kosten-Management**
- **Activity-Based-/Prozesskosten-Management**
- **Financial Management in typischen Verantwortungsbereichen**
- **Budgetieren und planen**

SGBS Certified Finance Expert St. Gallen®

Nach erfolgreichem Absolvieren des Seminares erhalten Sie ein Abschlusszertifikat. Dieses berechtigt Sie zum Einstieg in den Studiengang «SGBS Certified Finance Expert St. Gallen®».

Themen

Das Finanzwirtschaftskonzept im Überblick

- Finanzwirtschaftliche Grössen als Abbildung von Unternehmensresultaten
- Das Paradigma des Gleichschritts von Umsatz/Volumen, Gewinn und Kosten
- Zielharmonisierung im Hinblick auf Liquidität, Rentabilität/Sicherheit
- Unternehmensziele quantifizieren

Financial Basics

- Grundzüge der Buchführung
- Der Jahresabschluss
- Bilanz und Erfolgsrechnung
- Probleme der Beständebewertung
- Break-Even-Analysen
- Kapitalflussrechnung, Cash Flow
- Return on capital investment (ROI/ROCE)
- Das ABC der Unternehmensbesteuerung

Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung

- Methodik, Typen und Anwendungen in verschiedenen Branchen
- Investitionsanträge richtig begründen

- Make-or-buy, Outsourcing versus Insourcing
- Diversifikationsprojekte finanziell beurteilen

Cash Management, Financial-Engineering, Shareholder Value Management

- Wie bekommt man die Liquidität in den Griff?
- Mittelausstattung und Finanzierungsregeln
- Das Shareholder-Value-Konzept

Controlling

- Controlling-Kennzahlen
- Beispiel eines wirksamen Controllingsystems
- Aufbau von Frühwarnsystemen: Krisen früh erkennen
- Controllingberichte verstehen: One-Page Summaries

Kosten-Management

- Konzept und Aufbau der modernen Kosten- und Leistungsrechnung: Kostenverrechnungsmethoden und Kostenrechnungssysteme, Kostenarten, -stellen, -träger, Betriebsabrechnungsbogen (BAB)

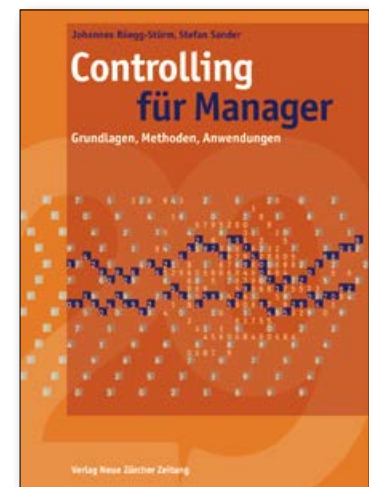
- Kalkulationssysteme, Stückkalkulation
- Deckungsbeitragsrechnung: Teil- versus Vollkostenrechnung, Programm-Optimierung, flexible Preisuntergrenzen, Break-Even-Point
- Target Costing
- Kostenplanung und -kontrolle
- Beispiele von Kostenrechnungssystemen im Absatz- und Produktionsbereich

Financial Management in typischen Verantwortungsbereichen

- Cost- und Profit-Units: Budgetierung, Erfolgsrechnung und Kostensteuerung
- Projekt-, Produkt-, Service- und Marktverantwortungsrechnungen
- Führen durch Soll-Ist-Vergleiche, Umgang mit Abweichungen
- Der Management-Erfolgsbericht
- Resultate und Entscheide richtig präsentieren, begründen und wirtschaftliche Konsequenzen darstellen

Budgetieren und planen

- Budgettypen und Budgetaufbau: Schlank und rasch Budgetieren
- Der Budgetierungsprozess: Best Practices



Finanzmanagement für Geschäftsführer/Executives

Durchführungen

2019

Nr. 51119	1. Durchführung 2019 25. – 28. März 2019 DE-Köln
Nr. 51219	2. Durchführung 2019 8. – 11. April 2019 Flims
Nr. 51319	3. Durchführung 2019 2. – 5. September 2019 Luzern
Nr. 51419-E	4. Durchführung 2019 November 11 – 14, 2019 London, LSE (in English)
Nr. 51419	5. Durchführung 2019 25. – 28. November 2019 St. Gallen
Nr. 51519	6. Durchführung 2019 10. – 13. Dezember 2019 DE-Berlin

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 4900.–/€ 4500.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/51

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Das 4-tägige Seminar richtet sich an Führungskräfte aus allen Unternehmensbereichen.

1. Geschäftsführer, Geschäftsleiter
2. Mitglieder von Geschäftsleitungen
3. Unternehmer, Gesellschafter
4. Direktoren
5. Führungskräfte, die weitreichende finanzielle Entscheidungen treffen oder mitbringen bzw. für eine solche Funktion vorgesehen sind.

Praxisnähe – neueste Trends

Das Seminar basiert auf den neuesten Erkenntnissen aus Forschung und Praxis und bietet dank zahlreicher Praxisbeispiele eine umfassende Gesamtsicht aller Belange des modernen Finanzmanagements.

Konzeption

Geschäftsführer und Executives tragen die finanzielle Verantwortung von Gesetzes wegen, aber auch von ihrer Funktion her. Was gehört nun alles zur finanziellen Führungsaufgabe eines Geschäftsführers oder einer Führungspersonlichkeit in ergebnisverantwortlicher Position? Welche Aspekte müssen gesteuert sein, um der finanziellen Verantwortung gerecht zu werden? Warum ist es meistens sinnvoller, sich mit modernem Finanz- und Wertmanagement auseinanderzusetzen, als blossem Umsatzwachstum hinterher zu rennen?

In diesem Intensivprogramm «Finanzmanagement für Geschäftsführer/Executives» wird gezeigt, wie ein Unternehmen, ein Geschäftsbereich oder ein Profit Center finanzmässig zu führen ist, um nachhaltige und kontinuierliche Leistungs- und Wertsteigerungen zu erreichen.

In umfassender systematischer und verständlicher Form wird deutlich gemacht, welche relevanten finanzwirtschaftlichen Entscheidungen aus Executive-Sicht zu treffen sind und welche Impulse und Vorgaben an die Finanzabteilung und an das Controlling gegeben werden sollten.

Themen im Überblick

- Die finanzielle Führungsaufgabe von Executives
- Kosten- und Gewinnmanagement: Das passende Design und optimale Betriebsgrösse
- Performance Management und Controlling: Rasche Reaktion bei Abweichungen
- Strategien zur Wertoptimierung: Rentabel wachsen
- Fusionen, Mergers und Acquisitions, Werte realisieren, Zukauf, Sanierung

Nutzen

Nach dem Intensivprogramm «Finanzmanagement für Geschäftsführer/Executives»

- verfügen Sie über eine systematisierte Gesamtsicht der Tools des modernen Finanzmanagements
- sind Sie in der Lage, die zentralen finanziellen Entscheidungen bewusst zu treffen
- wissen Sie, welche Informationen Sie vom Controlling brauchen, um Ihren Bereich «im Griff» zu haben
- kennen Sie Ihre persönliche «Balanced Scorecard» zur Steuerung finanzieller Aspekte.

Themen

Die finanzielle Führungsaufgabe von Executives

- Finanzielle Ziele verstehen
- Instrumente und Methoden im Überblick: Das müssen Manager wissen
- Liquidität, Rentabilität, Finanzierung im Fokus

Kosten- und Gewinnmanagement

- Moderne Methoden der Gewinnsteuerung – Einflussfaktor «Digital»
- Gewinnplanung: Wer keine überdurchschnittlichen Gewinne plant, erwirtschaftet auch keine
- Cash-flow-Optimierung und Liquiditätssteuerung
- Bewusster Umgang mit Kapitalintensität: In-/Outsourcing
- Rentabilitätsziele erreichen
- Kostenführerschaft oder akzeptabler Kostennachteil?
- Preisstrategien: Wann welche einsetzen?

Finanzierung

- Die Steuerung der Kapitalstruktur: konventionell oder kreativ?
- Die Finanzierung von Wachstum, Financial Engineering
- Umgang mit Banken und Finanzanalysten

Performance Management und Controlling

- Verlustquellen erkennen und ausmerzen: Rechtzeitig reagieren dank Worst-Case-Szenarien
- Rationalisierungspotentiale aufspüren: Ineffizienzen und Verlustlöcher
- Bilanzmanagement: Jahresabschlüsse durchleuchten – Trends der Rechnungslegung
- Controlling als zentrale Führungsaufgabe

Strategien zur Wertoptimierung

- Wie monetäre Werte entstehen
- Das Wertpotential einer Geschäftsidee – klassisch oder digital
- Formen der Unternehmensbewertung und Auswirkungen
- Strategien zur Steigerung des Unternehmenswertes

- Mit Wertsprüngen zu einer Vervielfachung des Aktien- bzw. Firmenwertes – Digitalisierung als Trendverstärker?

Fusionen, Mergers und Acquisitions

- Fusion: Motive, Vor- und Nachteile, Tipps für häufige Probleme
- Desinvestition durch Verkauf
- Wachstum durch Zukauf
- Einkauf in ein neues Geschäft
- Zukauf von Fähigkeiten und Markteintritt

Werte realisieren

- Gekonntes Verkaufen von Unternehmen oder Teilbereichen
- IPO – Wenn Unternehmen an die Börse gehen: Phasen und Meilensteine eines erfolgreichen Börsenganges
- Die Sicht der Banken
- Management-Buy-out: Wenn Führungskräfte zu Eignern mutieren
- Beteiligungsmodelle: Wenn aus Führungskräften und Mitarbeitern Co-Unternehmer werden sollen

Seminar in English:

Ähnliches Seminar in englischer Sprache:

Finance-Week (4 days)

2019

No. 52119 **Spring 2019**
May 20 – 23, 2019
Brunnen (Nähe Luzern)

No. 52219 **Fall 2019**
October 21 – 24, 2019
Flims

No. 52319 **Winter 2019**
November 11 – 14, 2019
London, School of Economics

Duration: 1 x 4 days

Location: LSE, London

Course Fee: CHF 4900.–/€ 4500.–



Dr. Thorsten Truijens
Dozent der St. Galler Business School

Mergers & Acquisitions

Durchführungen

2019

Nr. 59119 **1. Durchführung 2019**
4. – 5. April 2019
DE-Berlin

Nr. 59219 **2. Durchführung 2019**
29. – 30. August 2019
Brunnen (nähe Luzern)

Nr. 59319 **3. Durchführung 2019**
16. – 17. Dezember 2019
DE-Berlin

Dauer: 2 Tage

Seminargebühr*:
CHF 2400.–/€ 2200.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/59

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Konzeption

Die Teilnehmenden an diesem 2-tägigen hochkarätigen Management Seminar erwartet folgender Nutzen:

- Sie verstehen die Gesamtsystematik von M&A, die strategische Konzeptionierung und die einzelnen Bewertungsmodelle
- Sie kennen den typischen Ablauf einer M&A-Transaktion und können diesen planen und gestalten
- Sie verstehen die Besonderheiten internationaler Unternehmenskäufe
- Sie erfahren mehr über die wesentlichen rechtlichen Grundlagen von M&A-Transaktionen
- Sie sehen, wie unterschiedlich die Post Merger Integration in der Praxis verläuft

Zielgruppe

Top Management, Unternehmer, Executives, die Unternehmen oder Unternehmensteile kaufen oder verkaufen. Oberste Entscheidungsträger, die externes Wachstum realisieren wollen.

Themen

M&A-Grundlagen

- Warum M&A-Transaktionen in der Praxis gelingen, warum sie scheitern
- Stakeholder-Bedenken im Verlauf einer Transaktion
- Die Wertschöpfung von Beteiligungsgesellschaften

Externes Wachstum dank Zukäufe

- Externes Wachstum als Teil der Unternehmensstrategie
- Von der Portfolioanalyse zur M&A-Roadmap, Targets
- Kriterien zur Auswahl von Akquisitionsoptionen, Synergiepotenziale

Projektmanagement im M&A-Prozess

- Ablauf einer M&A-Transaktion
- Auktion oder ausverhandelter Deal?
- Die einzelnen Schritte der Transaktions-Durchführung

Prozess-Elemente des Ver-/Käufers

- Verkaufsentscheidung, Mandatierung, Investorenliste, Vertraulichkeit, Teaser, Information Memorandum, Procedure Letter, Bewertung, Preisuntergrenze, Datenraum, Firmenbesichtigungen, Vertrag und interne Kommunikation

- Due Diligence: Prüfung des Unternehmens in rechtlicher, steuerlicher, wirtschaftlicher und technologischer Hinsicht, Risikoermittlung & Optimieren der Transaktion
- Beweissicherungsfunktion, Vendor Due Diligence, Vertraulichkeitsverpflichtung

Bewertung und Optionen der Transaktion

- Trading Multiples, DCFM, Break-up u.a.
- Asset Deal: Kauf der Vermögensgegenstände vs. Share Deal: Kauf des Unternehmensträgers

Finanzierungsmodelle

- Analyse der Kapitalstruktur und des Kapitalbedarfs für den Zukauf
- Eigenkapital oder Fremdkapital, Leverage
- Innenfinanzierung oder Aussenfinanzierung

Warum Post Merger Integration?

- Kulturprobleme, Reputations-Risiken, Abgang von Schlüsselmitarbeitenden, hohe IT-Kosten wegen unterschiedlicher IT-Systeme, Stress, Uneinigkeit und Verunsicherung sind häufige Folgeerscheinungen
- Was tun, wie vorgehen?

Finanz- & Rechnungswesen – Das zentrale Wissen kompakt

Durchführungen

2019

Nr. 53119	1. Durchführung 2019 28.–31. Januar 2019 Luzern
Nr. 53119-E	2. Durchführung 2019 May 6–9, 2019 DE-Steckborn (in English)
Nr. 53219	3. Durchführung 2019 8.–11. April 2019 DE-Köln
Nr. 53319	4. Durchführung 2019 26.–29. August 2019 Davos
Nr. 53219-E	5. Durchführung 2019 September 23–26, 2019 Davos (in English)
Nr. 53419	6. Durchführung 2019 2.–5. Dezember 2019 DE-Köln

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/53

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Teilnehmende sind Führungskräfte, die

1. noch keine vertieften Kenntnisse im Finanz- & Rechnungswesen haben
2. sich in den Themen der finanziellen Führung systematisch weiterbilden wollen
3. finanzielle Konsequenzen ihrer Entscheidungen erkennen wollen
4. für finanzielle Ergebnisse wie Gewinn, Cashflow oder Rendite zuständig sind respektive sein werden



Konzeption und Themen

Das 4-tägige Seminar richtet sich an Führungskräfte aus allen Unternehmensbereichen. In systematischer Form erhalten sie einen umfassenden Überblick über die wichtigsten Themen des Finanzmanagements.

Finanzielle Ziele erreichen

- Vorgaben und finanzielle Ziele verstehen
- Welche Möglichkeiten hat eine Führungskraft, finanzielle Ergebnisse zu beeinflussen und zu steuern?
- Wie können Ziele bezüglich Gewinn, Return on Investment, Deckungsbeitrag oder Marge erreicht werden?

Financial Basics

- Kostenrechnung als Basis
- Activity Based Costing
- Kalkulation und Gestaltung der Preise
- Budgetierung: bewährte und neue Ansätze

Rechnungswesen

- Wie Rechnungswesen funktioniert
- Die Management-Erfolgsrechnung
- Deckungsbeitragsrechnung

Kosten-Management

- Kostenstrukturen vorausschauend steuern und flexibilisieren
- Vorsicht vor versteckten Fixkosten: Die Komplexitätskostenkurve
- Die Gestaltung des Break-even-Punktes
- Kosten senken: Die Möglichkeiten

Bilanz- und Erfolgsanalyse

- Bilanzen und Geschäftsberichte
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Vermögens- und Schuldverhältnisse
- Liquidität und Rentabilität

Finanzierung/Investition

- Finanz- und Kapitalbedarf, Finanzierung
- Kapitalkosten und Kapitalintensität
- Wirtschaftlichkeitsrechnungen und Pay-back-Periode
- Investitionsentscheidungen

Controlling

- Kennzahlensysteme zur Steuerung
- Controlling-Berichte verstehen und hinterfragen

Finanzielle Führung: Bilanz & Erfolgsrechnung souverän managen

Durchführungen

2019

Nr. 55119 **1. Durchführung 2019**

14. – 17. Januar 2019
Flims

Nr. 55219 **2. Durchführung 2019**

18. – 21. März 2019
Horn, Bodensee

Nr. 55319 **3. Durchführung 2019**

17. – 20. Juni 2019
Wildhaus, Toggenburg

Nr. 55419 **4. Durchführung 2019**

26. – 29. August 2019
Davos

Nr. 55519 **5. Durchführung 2019**

4. – 7. November 2019
Luzern

Dauer: 1 x 4 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/55

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Das Seminar «Finanzielle Führung»
richtet sich an:

1. Führungskräfte, welche praxisnah ihr Wissen über finanzielle Führung auffrischen wollen
2. Executives, welche sich vertieft mit ihren Finanzzahlen auseinandersetzen wollen
3. Controller, welche sich bewusst aus Sicht ihrer «Kunden» (Führungskräfte) mit finanziellen Führungsherausforderungen befassen wollen
4. Nachwuchskräfte, welche sich mit dem notwendigen Fachwissen auf hohem Level auseinandersetzen wollen

Tools & Wissen für die Praxis

Am 4-tägigen Seminar konzentrieren Sie sich auf das Gesamtgefüge der finanziellen Führung und trainieren so Ihren eigenen finanziellen «Wissens-Werkzeugkasten».

Konzeption

Um finanzielle Entscheidungen nicht nur zu verstehen, sondern auch mittragen und selbständig treffen zu können, muss man selbst kein Finanzexperte sein. Um einen Bereich, eine Abteilung oder ein Profit-Center zu steuern, reicht es völlig aus, das finanzielle Gesamtgefüge eines Unternehmens zu verstehen, zentrale Instrumente aus dem «Finanz-Handwerkskasten» korrekt anzuwenden und vor allem die richtigen Fragen stellen zu können. Dann sind Sie in der Lage zu beurteilen, wo Handlungsbedarf besteht, welche Korrekturmassnahmen nötig sind und wann Sie die Unterstützung von Seiten des Controllings hinsichtlich vertiefter Analysen und Berichte benötigen. Zur Vermittlung dieses konzentrierten Wissens greifen die praxiserfahrenen Dozenten auf zahlreiche aktuelle Beispiele und gängige Instrumente in Unternehmen zurück. Im Rahmen geführter Lehrgespräche und Gruppenarbeiten erarbeiten Sie Lösungen zu Fragen, wie

- wie «gesund» ist unser Unternehmen wirklich?
- wo können plötzlich negative Überraschungen sichtbar werden?
- wie funktioniert eine effektive Planung? Welches sind die relevanten Steuerungsgrössen?
- welche Werttreiber gibt es?
- wie setzen wir knappe Mittel wirkungsvoll ein?

Themen

Als Teilnehmer/in haben Sie dabei die Gelegenheit, firmenspezifische Problemstellungen Ihres Verantwortungsberichts im Seminar zu diskutieren und so Ihre Rolle in der finanziellen Führung künftig optimiert wahrzunehmen.

Bilanzierung und Bilanzanalyse, G&V, Managementinformationssysteme

- Aufbau und Aussage von Bilanz und Erfolgsrechnung (GuV)
- Elemente eines aussagekräftigen Kennzahlensystems
- Berichtswesensysteme, BSC, Cockpit Controlling

Liquiditätssteuerung

- Der Umgang mit flüssigen Mitteln
- Umsetzung eines funktionierenden Liquiditätscontrolling

Investitionen und Finanzierung

- Heutige Investitionsrechnungsverfahren im Praxistest: Was passt?
- Investitionen berechnen und begründen, Wirtschaftlichkeit

Rentabel wachsen, Ergebnisse optimieren

- Wieviel Wachstum benötigen wir?
- Gewinn-Checkup
- Hebel zur Verbesserung finanzieller Ergebnisse

Gewinnmanagement

Finanzielle Ergebnisse planen und erreichen

Durchführungen

2018

Nr. 57119 **1. Durchführung 2019**
3. – 5. April 2019
Brunnen

Nr. 57219 **2. Durchführung 2019**
19. – 21. August 2019
Luzern

Nr. 57319 **3. Durchführung 2019**
9. – 11. Dezember 2019
DE-Oberursel

Dauer: 1 x 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 3900.–/€ 3600.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/57

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Teilnehmer/innen

1. Führungskräfte und Fachspezialisten, die erkennen wollen, welche Konsequenzen die Entscheidungen aus Produktion, F&E, Einkauf, IT, Marketing, Verkauf, Vertrieb, Logistik oder Human Resources auf die finanzielle Position und die finanziellen Ergebnisse des Unternehmens haben
2. Praktiker und Unternehmer, die heutige und künftige Gewinnpotenziale ihres Unternehmens ausloten wollen
3. Führungskräfte und deren Mitarbeitenden, die für die Profitabilität und Rentabilität von bestehenden Geschäften verantwortlich sind und die finanziellen Ergebnisse absichern oder weiter ausbauen wollen
4. Entscheidungsträger aus allen Bereichen und Funktionen mit dem Ziel, die Konsequenzen aus dem Aufbau neuer Geschäfte auf die finanzielle Zielerreichung zu voraus zu erkennen und damit finanzielle Fehlschläge zum vorneherein zu vermeiden versuchen

Konzeption

Zahlreiche Führungskräfte verfügen über Wissen zu Finanz- und Rechnungswesen. Sehr vielen fällt es aber schwer, dieses Wissen in aktives Handeln umzusetzen und eine erarbeitete oder künftige Marktposition eines Geschäftes optimal in Gewinne umzumünzen. Denn die Zusammenhänge zwischen Investitionen, Produktivitätssteigerungen, Lagerhaltung, Auslagerungen, Auslastung, Kapitalkosten, Rendite und Cashflow sind oft sehr komplex.

Vielfach wird deshalb das, was über viele Jahre mit grossem Aufwand angesät und aufgebaut wurde, nicht optimal geerntet bzw. es fehlt an einer systematischen Vorgehensweise, um aus ganzheitlicher Sicht zu überprüfen, welche Gewinnpotenziale in welcher Höhe wo brachliegen.

Resultatorientierung im Management heisst, genau solche Gewinnpotenziale zu suchen und auszuschöpfen und – im Sinne der Gewinnsteuerung – mögliche Gewinnpotenziale künftiger Geschäfte zum vorneherein auszuloten bzw. zu steuern. Im Vordergrund stehen dabei Wert- und Nachhaltigkeit, d.h. keine Schädigung der Zukunft durch kurzfristige Gewinnmaximierung.

Genau auf diese Belange konzentrieren Sie sich während drei intensiven Seminartagen und erfahren eine konzentrierte Vorgehensweise

Nach dem Seminar wissen Sie, welche Instrumente und Vorgehensweise über heutige und künftige Gewinnpotenziale eines Unternehmens bzw. eines Bereichs zuverlässig Aufschluss geben und welche Instrumente Sie benötigen, um finanzielle Ergebnisse souverän steuern zu können.

Themen im Überblick

- Ehrgeizige Ergebnisse planen und steuern: Auswirkungen strategischer und unternehmerischer Entscheidungen auf die finanziellen Ergebnisse – wo sind die Hebel anzusetzen – mit welchen Instrumenten soll gesteuert werden?
- Gewinnmanagement: Gewinnpotenziale suchen und Gewinntreiber von Anfang an identifizieren – die relevanten Kennziffern und Suchfelder
- Aktionspläne zur Gewinnsteigerung aufsetzen – Konventionelle und innovative Ansätze
- Gewinn- und Kostenorientierung im Unternehmen verankern: Mitarbeitende miteinbeziehen und am Erfolg beteiligen – Nachhaltige finanzielle Führung für langfristigen Unternehmenserfolg

Controlling für Manager

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

- | | |
|-----------|--|
| Nr. 56119 | 1. Durchführung 2019
18. – 20. März 2019
Luzern |
| Nr. 56219 | 2. Durchführung 2019
26. – 28. Juni 2019
DE-Köln |
| Nr. 56319 | 3. Durchführung 2019
25. – 27. November 2019
Zürich |

Dauer: 1 x 3 Tage

Seminargebühr*: CHF 3300.–/€ 2900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/56

Zielgruppe

Das Seminar «Operatives Controlling» richtet sich an qualifizierte Führungskräfte, welche ein vertieftes Verständnis von Controlling benötigen sowie an Teilnehmer/innen aus dem Bereich Controlling/Finanzen, welche sich mit zentralen Controllingfragen anhand praktischer Umsetzung auseinandersetzen wollen.

Dabei sind Basiskenntnisse im Finanz- und Rechnungswesen unabdingbar.

Im Seminar «Controlling für Manager» wird besonders auf die praktische Umsetzung von Konzepten und Herangehensweisen im Controlling Wert gelegt.



Konzeption

Steigender Umsatz allein ist heute längst kein Garant mehr für Unternehmenserfolg. Vielmehr ist es die Koordination der Ressourcen bzw. die Fähigkeit eines Unternehmens, sich schnell an den Markt bzw. an die Kunden anzupassen. In diesem wechselhaften Umfeld muss der Controller nicht nur die vorhandenen Zahlen und Systeme des Unternehmens kennen und auch tatsächlich sinnvoll und effektiv einsetzen können, er muss auch eine möglichst umfassende Perspektive auf alle Unternehmensaktivitäten einnehmen, um Handlungen und Prozesse verstehen, steuern und optimieren zu können.

Das vermittelte Wissen wird mittels Beispielen griffig dargestellt. Dadurch können zum einen die diskutierten Instrumente optimal durch konkrete Anwendung verstanden werden. Zum anderen ermöglicht diese praxisorientierte Vorgehensweise das Hinterfragen der Situation im eigenen Unternehmen. So kann die Rolle des Controllings und dessen Verantwortung im Unternehmen veranschaulicht und dem Integrationsgedanken des St. Galler Managementansatzes Rechnung getragen werden.

Themen

Stolpersteine Controlling

- Führungsmodell: Vom Führungskreislauf zur Planungssystematik
- Die ewigen Stolpersteine hinsichtlich Bilanz, Gewinn- & Verlustrechnung
- Darstellung der operativen Jahresrechnung und Ableitung des betrieblichen Rechnungswesens

Zahlen aufbereiten

- Datenflüsse: Definieren – Verstehen – Optimieren: Der Weg zu fundierten Kennzahlen
- Tipps zur Unternehmensbewertung und Investitionsrechnung

Controller und Controlling

- Controller, Controlling, Manager: Die optimale Aufgabenverteilung
- Dos & Don'ts eines Controllings
- Kostenstellen-, Kostenträgerrechnung, Managementersfolgsrechnung

Kosten und Preisfindung

- Kalkulation mit Deckungsbeiträgen
- Umsatz- & Gesamtkostenverfahren
- Abstimmbrücke operatives Controlling und Finanzabschlüsse



MBA-, B.A.-, Diplom- & Zertifikatsstudiengänge für Führungskräfte (Auswahl)

**Studieren in St. Gallen.
Berufsbegleitend.**



Dr. Ulrich von Bassewitz
Studiendirektor der St. Gallen Business School

www.sgbs.ch/diplome

Übersicht MBA- & B.A.- Diplomstudien- gänge

Unsere Kooperationspartner

Dank unseren Kooperationspartnern stellen wir eine problemlose Anschlussfähigkeit der akademischen Ausbildungen in der EU sicher.

M/O/T UPGRADES
YOUR
PERSPECTIVE.

School of Management, Organizational
Development and Technology /
Alpen-Adria-Universität Klagenfurt

* Die akademischen Studiengänge «Master of Business Administration (MBA) – in Integrated Management» und «International Executive MBA» werden von der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt in Zusammenarbeit und Kooperation mit der St. Galler Business School angeboten.

st Steinbeis

SCMT
Steinbeis Center of Management
and Technology

** Der B.A.-Studiengang wird in Kooperation mit dem SCMT bzw. der Steinbeis University Berlin durchgeführt.

Master of Business Administration (MBA) – in Integrated Management *

Der akademische Studiengang, welcher berufsbegleitend über 24–36 Monate erworben werden kann, richtet sich an Studienteilnehmer im Alter ab 28 Jahren, welche sich auf eine obere und oberste Führungsposition vorbereiten wollen.

Zugelassen sind Kandidaten/innen mit einem postsekundären Bildungsabschluss und mehrjähriger Praxiserfahrung in einer Führungs- oder Spezialistenposition.

International Executive MBA *

Universitäre 24–36-monatige berufsbegleitende Ausbildung mit akademischem Abschluss für obere und oberste Führungskräfte mit mindestens 10 Jahren Führungserfahrung im oberen Management und vorhandenem Hochschulabschluss. Besuch internationaler Seminare:

- Strategy Week at Harvard Club of Boston, Boston
- Leadership Week at Harvard Club of Boston, Boston
- Finance Week at London School of Economics (LSE), London
- Asia Week: Doing Business in Asia

MBA in European Multicultural Integrated Management

2-jährige, berufsbegleitende Ausbildung in «European Multicultural Integrated Management» – ausgerichtet auf jüngere Nachwuchskräfte mit noch wenig Managementenerfahrung. Insgesamt 15 Module, vornehmlich in Krakau, bestehend aus Wochenend-Präsenzseminaren und Study Trips mit anschließender Master Thesis.

In Zusammenarbeit mit:



CRACOW
UNIVERSITY
OF ECONOMICS



B.A. in Business Administration – Executive Bachelor **

Das 3-jährige berufsbegleitende Executive Bachelorstudium liefert jüngeren Führungskräften und Spezialisten – dank der Verbindung zwischen der praxisorientierten Projektvorgehensmethodik der Steinbeis-Hochschule Berlin und dem Integrierten St. Galler Konzept der St. Galler Business School – ein maximal auf die Unternehmenspraxis ausgerichtetes Studium.

Modular aufgebaut, Seminarblöcke zu 2–4 Tagen, gecoachte Projektarbeiten – Studieren fern von Massenbetrieb und Theorielastigkeit.

Auch ohne Abitur, falls genügend Praxisnachweis.



St. Galler Management Seminar – Certified Management Expert (CME)

7–9 Seminare zu 2–3 Tagen

Durchführungen

Ein Studienbeginn ist
quartalsweise möglich.

2019

Nr. 15119 7. Januar 2019

Nr. 15219 8. April 2019

Nr. 15319 8. Juli 2019

Nr. 15419 7. Oktober 2019

Seminargebühr*:
CHF 13 600.–/€ 12 400.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/15

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar. inhouse@sgbs.ch

Zielgruppe

Das Seminar richtet sich speziell an Unternehmer und Führungskräfte, die bestrebt sind, gegenwärtige und aktuelle Probleme fundiert und zukunftsgerichtet zu lösen und sich intensiv mit gleichartigen erfahrenen Teilnehmenden und Praktikern austauschen und vernetzen wollen.



SCMT
Steinbeis Center of Management
and Technology

St. Gallen
Business School

B.A. / MBA

Anrechnung an ein B.A. in
Business Administration oder ein
MBA Programm ist grundsätzlich
möglich.

Konzeption

Das «St. Galler Management Seminar» ist auf insgesamt 7–9 Seminare aufgeteilt, welche alle innerhalb von ca. 1–3 Jahren zu besuchen sind; ein Einstieg ist jederzeit möglich, da die Module in beliebiger Reihenfolge besucht werden können und jedes Modul zudem mindestens zweimal pro Jahr durchgeführt wird. So können Sie sich die passenden Termine individuell aussuchen. Ein Modul besteht aus jeweils 2–3 Tagen.

Unternehmerisch Denken in digitalen Zeiten

Oberste Zielsetzung: Training unternehmerischer Denkweisen und von Soft-Skills gerade auch in den heutigen digitalen Zeiten – immer an konkreten Beispielen auf Basis von aktuellstem St. Galler Managementwissen.

Innovatives Konzept

Die Teilnehmenden profitieren dank der Kooperation der St. Galler Business School und der Steinbeis-Hochschule Berlin zweifach: Sie erwerben hochkarätige Management-Kompetenz dank des bewährten Management-Wissenspools der St. Galler Business School und erfahren gleichzeitig dank persönlicher Betreuung die grosse Projektkompetenz des Steinbeis Verbunds zu den heute relevanten Managementthemen.

«Certified Management Expert»

Nach erfolgreichem Besuch des St. Galler Management Seminars erhalten Sie eine Teilnahmebescheinigung der St. Galler Business School sowie der Steinbeis-Hochschule Berlin (SHB). Teilnehmende, die alle Lernkontrollen (am Ende eines jeden Seminarmoduls) erfolgreich absolvieren, erhalten insgesamt 28 ECTS (Credit points) und sind berechtigt den Titel «Certified Management Expert (CME)» zu führen.

Durchführungsorte / Seminarsprache

Die Seminare werden in hauptsächlich in Stuttgart und St. Gallen u. z. T. an weiteren Standorten in Deutschland durchgeführt. Die Seminarsprache ist deutsch, alternativ können englische Seminare belegt werden.

- Integriertes Management
- Unternehmensführung
- Marketing
- Hochleistungsorganisation:
Organisation und Personal
- Führung / Projekte
- Accounting/Controlling
- Finanzmanagement

Zeitliche Dimension

Studienbeginn jeweils am Anfang eines jeden Quartals möglich.

Certified Management Expert CME

Beispiel: Beginn Januar

	Mt 1 Jan.	Mt 2 Feb.	Mt 3 März	Mt 4 April	Mt 5 Mai	Mt 6 Juni	Mt 7 Juli	Mt 8 Aug.	Mt 9 Sept.	Mt 10 Okt.	Mt 11 Nov.
Module (Beispiel)											
Integriertes Management	■										
Unternehmensführung		■									
Organisation			■								
Führung				■							
Projektmanagement					■						
Personalwirtschaft						■					
Accounting								■			
Controlling										■	
Marketing											■

Lerntransfertage (fakultativ)

Fakultative ergänzende Transfertage		■			■				■		
-------------------------------------	--	---	--	--	---	--	--	--	---	--	--

Diplomverleihung im Rahmen unserer Management- & Alumni-Tagung in St. Gallen, jeweils im Sept. eines jedes Jahres 🍷

Zielgruppe

Die Teilnehmenden sind im Alter ab 32 Jahren und haben mehrjährige Praxis- und Führungserfahrung. Dabei haben Sie weder den Anspruch noch besteht aufgrund Ihrer beruflichen Praxiserfahrung die Notwendigkeit einer mehrjährigen Ausbildung: Vielmehr soll eine anerkannte General Management-Diplomausbildung Ihre bisherige erfolgreiche Tätigkeit zusätzlich absichern und sichtbarer Beweis für eine qualifizierte Aus- und Weiterbildung sein, für welche Sie ein beträchtliches Mass an Freizeit einzusetzen haben.

Praxisausrichtung, Professionalität

Die «Certified Management Expert» Ausbildung bzw. das General Management Diplom SGBS richtet sich ausschliesslich an den Bedarf der Praxis. Theoretische Überlegungen stehen nur dort im Vordergrund, wo sie absolut notwendig sind.

St.Galler Seminar

Die Ausbildung beruht auf dem St. Galler Seminar, welches in den letzten 25 Jahren mehr als 1000 Führungskräfte durchlaufen haben.

Ablauf



Bitte bestellen Sie die Gesamt-Seminarübersicht: seminare@sghs.ch



St. Galler Trainingscamp

Auch als **Corporate Program**
intern deutsch oder englisch
buchbar: inhouse@sgbs.ch

Durchführungen

2019

Nr. 77119 **1. Durchführung 2019**
1. Teil 18.–22. März 2019
2. Teil 25.–29. März 2019
St. Gallen / St. Gallen

Nr. 77119-E **2. Durchführung 2019**
Part 1 July 8–12, 2019
Part 2 July 15–19, 2019
St. Gallen / St. Gallen
(in English)

Nr. 77219 **3. Durchführung 2019**
1. Teil 24.–28. Juni 2019
2. Teil 1.–5. Juli 2019
DE-München / DE-München

Nr. 77319 **4. Durchführung 2019**
1. Teil 7.–11. Oktober 2019
2. Teil 14.–18. Oktober 2019
DE-Berlin / DE-Berlin

Dauer: 2 x 5 Tage

Seminargebühr*: CHF 5400.–/€ 4900.–

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Detailinformationen, Anmeldung
via Internet: www.sgbs.ch/77

Zielgruppe

Das St. Galler Trainingscamp ist die **erste Grundausbildung** in Management und Unternehmensführung. Es ist ein 6-tägiges Programm für junge Teilnehmende mit ganz unterschiedlichen Voraussetzungen. Es eignet sich für Studienabgänger, für 22 bis 30-jährige Nachwuchskräfte, die sich auf einen beruflichen Einstieg vorbereiten wollen wie auch für Assistentinnen und Assistenten, Junior Manager ohne grössere berufliche Erfahrung, Quereinsteiger, Jungunternehmer und Nachfolgekandidatinnen und -kandidaten.

Konzeption

Das 6-tägige St. Galler Trainingscamp für Studienabgänger und Berufsanfänger vermittelt eine breite Einführung in die Art und Weise, wie Unternehmen funktionieren. Es zeigt, wie Kundennutzen entsteht, Wettbewerbsvorteile aufgebaut, neue Geschäftsideen unter Nutzung digitaler und technologischer Möglichkeiten entwickelt werden, neue Marktleistungen dank klarer Positionierung, guter Kommunikation und starkem Vertrieb erfolgreich am Markt umgesetzt werden.

Dies alles unter Berücksichtigung von Online und Offline, physischem und digitalem Geschäft, klassischem Geschäft und digitalem Business Development.

Aufbau

Das St. Galler Trainingscamp besteht aus 2 Modulen zu je einer Woche:

Modul 1: Unternehmensführung und Management

Modul 2: Markt, Kundennutzen und Marketing

Sprache

Das St. Galler Trainingscamp kann in deutsch oder in Englisch gebucht werden.

Nutzen

Das Programm ermutigt die Studierenden, ihre Kenntnisse in Management, Unternehmensführung und Marketing zu entwickeln. Es hilft, die eigenen Talente spielerisch zu erkennen. Es erlaubt, die persönlichen Stärken möglichst optimal in den ersten beruflichen Jahren wirkungsvoll zum Einsatz zu bringen. Die Studierenden lernen, strategisch zu denken und kunden- und marktorientiert zu handeln.

Lernen und anwenden

In diesen 2 Wochen

- Erhalten Sie einen kompakten Überblick über das Thema Unternehmensführung
- Lernen Sie, eine erfolgreiche Zukunft für ein Unternehmen zu planen und durch eine gute Strategie diese auch anzustreben
- Lernen Sie, neue Ideen und Geschäftsmodelle im digitalen Zeitalter zu entwickeln
- Erwerben Sie die Kompetenz, einen Markt zu analysieren, Marktlücken zu finden und das Marketing für ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Marke erfolgreich zu gestalten und umzusetzen.

College-Campus

Unser Campus ist in 2 Fussminuten vom Hauptbahnhof St. Gallen erreichbar, also mitten im Herzen der renommierten Schweizer Universitätsstadt. Zusätzlich zur Wissensvermittlung in Vorlesungen arbeiten die Studierenden in kleinen Gruppen an interessanten Praxisfällen. Dank der Teamarbeit entstehen schnell internationale Kontakte, das Networking unter den Teilnehmenden wird auch durch das Rahmenprogramm abends unterstützt. Die meisten der Teilnehmenden mieten sich eines der vielen Zimmer mittels AirBnB oder buchen selbst in einer Pension oder einem Hotel, unweit vom Campus entfernt.



Themen

Unternehmensführung und Management

- Das Unternehmen verstehen: Die Gesamtzusammenhänge
- Unternehmensführung: Die Erfolgsfaktoren – und was junge Mitarbeitende bereits dazu beitragen können
- Management: Aufgaben und Instrumente
- Was alles gehört zur Unternehmensführung, welche Teilbereiche müssen gesteuert werden?
- Resultate: Welche Resultate sollten erreicht werden?
- Startup, Familienfirma oder Grossunternehmen: Was Nachwuchskräfte bewirken können

Längerfristig den Erfolg sichern

- Nachhaltig denken und handeln, statt Scheinoptimierung
- Mission: Was erwarten die Eigner des Unternehmens?
- Vision: Was werden wir in Zukunft sein?
- Werte: Welche Werte gelten im Unternehmen und was bedeutet dies für das Verhalten der Mitarbeitenden?
- Leitplanken: Welche Rahmenbedin-

gungen vom Management gesetzt werden und was sie für den Geschäftsalltag bedeuten

- Strategie: Warum es sie braucht und wie sie erarbeitet wird
- Strategie-Umsetzung: Wenn alle am selben Strick ziehen

Märkte analysieren

- Den Markt richtig bestimmen und abgrenzen
- Markt- und Kundenpotenziale erkennen
- Die Spielregeln der Branche
- Die Positionierung im Vergleich zum Wettbewerb
- Kundensegmente bilden
- Kundenbedürfnisse, Kundenprobleme und Consumer Needs als Basis für das eigene Marketing
- Neue Märkte dank neuen Geschäftsmodellen erschaffen

Marketing, Markterfolg und Sales

- Die Aufgaben des Marketings
- Die Bausteine eines Marketing-Konzepts griffig darstellen
- Marketing-Strategie und Marketing-Massnahmen für Produkte und Dienstleistungen

- Marketing-Strategie und Marketing-Massnahmen für eine Marke, eine Kundengruppe, ein Land, einen Vertriebskanal
- Der Sales-Prozess: Von der Marken- und Kundenanalyse über die Branchen- und Wettbewerbsanalyse, die Positionierung und Differenzierung bis zum Marketing Mix, den digitalen Vertriebskanälen und der Kommunikation mit klassischen Instrumenten und Social Media zum direkten Verkauf
- Aufbau eines Online oder Internet-Geschäfts: Best Practices



Open Programs – Overview 2019

Management Seminars and Programs in English (more seminars in English: sgbs.ch/international)

International Senior Management Program (3 parts)

Part Strategy February 11 – 14, 2019
Part Finance April 2 – 5, 2019
Part Leadership July 1 – 4, 2019
Frankfurt/Hamburg/Flims

Part Strategy March 25 – 28, 2019
Part Finance May 20 – 23, 2019
Part Leadership July 1 – 4, 2019
Flims/Brunnen/Flims

Part Strategy August 26 – 29, 2019
Part Finance October 21 – 24, 2019
Part Leadership November 12 – 15, 2019
Luzern/Flims/Hamburg

Part Leadership September 9 – 12, 2019
Part Strategy October 22 – 25, 2019
Part Finance November 11 – 14, 2019
Boston/Boston/London

General Management for Executives (5 days)

February 18 – 22, 2019, Davos

October 14 – 18, 2019, Berlin

Strategy Week (4 days)

February 11 – 14, 2019, Frankfurt

March 25 – 28, 2019, Flims

August 26 – 29, 2019, Luzern

October 22 – 25, 2019, Boston

December 2 – 5, 2019, Hamburg

Finance Week (4 days)

April 2 – 5, 2019, Hamburg

May 20 – 23, 2019, Brunnen

October 21 – 24, 2019, Flims

November 11 – 14, 2019, London

November 18 – 21, 2019, Berlin

Leadership Week (4 days)

March 18 – 21, 2019, Berlin

July 1 – 4, 2019, Davos

September 9 – 12, 2019, Boston

November 12 – 15, 2019, Hamburg

November 18 – 21, 2019, Davos

Effective Negotiation & Communication (3 days)

April 1 – 3, 2019, Steckborn

May 6 – 8, 2019, Berlin

September 23 – 25, 2019, Zürich

October 21 – 23, 2019, Brunnen

December 2 – 4, 2019, Hamburg

International Junior Management Program (4 parts)

Part Strategy January 21 – 25, 2019
Part Leadership March 11 – 14, 2019
Part Finance May 6 – 9, 2019
Part Simulation June 14 – 16, 2019
Berlin/Feldbach, Bodensee/Cracow

Part Finance May 6 – 9, 2019
Part Leadership June 17 – 20, 2019
Part Strategy September 2 – 6, 2019
Part Marketing November 18 – 21, 2019
Feldbach, Bodensee/Brunnen/München/
Frankfurt

General Management for Juniors (5 days)

January 21 – 25, 2019, Berlin

March 18 – 22, 2019, Davos

September 2 – 6, 2019, München

November 4 – 8, 2019, Hamburg

Essentials of Marketing (4 days)

April 8 – 11, 2019, Berlin

September 10 – 13, 2019, Hamburg

November 18 – 21, 2019, Frankfurt

Finance for Non-Financial Managers (4 days)

April 2 – 5, 2019, Hamburg

May 6 – 9, 2019, Steckborn

September 23 – 26, 2019, Davos

November 18 – 21, 2019, Berlin

Essentials of Leadership (4 days)

March 11 – 14, 2019, Berlin

June 11 – 14, 2019, Rottach-Egern

June 17 – 20, 2019, Brunnen

October 7 – 10, 2019, Berlin

October 21 – 24, 2019, Davos

Online Marketing and Social Media (3 days)

March 25 – 27, 2019, Adula

September 2 – 4, 2019, Wildhaus

Sales Management (4 days)

April 8 – 11, 2019, Berlin

September 10 – 13, 2019, Hamburg

November 18 – 21, 2019, Frankfurt



sgbs.ch/international

Administration und Anmeldung

Information und Beratung

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen oder für telefonische Beratung zur Auswahl der richtigen Seminare, Lehrgänge oder Diplomstudiengänge zur Verfügung.
Telefon +41 71 225 40 80
Telefax +41 71 225 40 89

Anmeldung

Ihre Anmeldung oder Bewerbung zu einem Studiengang nehmen wir gerne per E-Mail, Post, Internet oder Fax entgegen.

St. Gallen Business School
Rosenbergstrasse 36
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 71 225 40 80
Telefax +41 71 225 40 89
E-Mail seminare@sgbs.ch
Internet www.sgbs.ch

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

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

Sollte das Seminar bereits ausgebucht sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet.

Informationen zu den Seminarhotels

Weitere Informationen zu unseren Seminarzentren und Hotels finden Sie direkt auf dem Internet: **www.sgbs.ch/hotel**

Seminargebühr, Hotelkosten, Themen

In der Seminargebühr (zzgl. gesetzl. MwSt.) sind der Kursbesuch sowie umfassende Seminarunterlagen enthalten. Nicht darin enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung, Frühstück, Verpflegung und Tagespauschale des Hotels bzw. Tagungszentrums. Diese müssen von den Teilnehmern/innen direkt dem Hotel bezahlt werden.

Es steht den Teilnehmer/innen selbstverständlich frei, ausserhalb des Seminarhotels zu übernachten. In diesem Falle bezahlen Sie die vom Hotel/Tagungszentrum verlangte Tagespauschale ebenfalls direkt an das Hotel/Tagungszentrum.

Das Kurshonorar wird nach erfolgter Anmeldung erhoben und ist spätestens 6 Wochen vor Seminarbeginn zu überweisen.

Kleinere Änderungen bei Themen, Themenabfolge und Referenten bleiben vorbehalten.

Zertifikat

Über den Besuch des Kurses erhalten Sie ein Kurszertifikat.

Umbuchung, Verschiebung

Eine Umbuchung ist nur bis 6 Wochen vor Beginn des Seminares/Seminarteiles einmalig möglich. Nicht besuchte Seminare und Seminarteile verfallen.

Bei einer späteren Umbuchung als 6 Wochen vor Kursbeginn eines Seminares werden folgende Umbuchungsgebühren in Rechnung gestellt: Bis 4 Wochen vor Kursbeginn 20% des Kurshonorars, bis 2 Wochen vor Kursbeginn 40% des Kurshonorars, bis 1 Woche vor Kursbeginn 80% des Kurshonorars. Bei einer

späteren Umbuchung verfällt die Seminargebühr. Alternativ kann die Buchung eines Ersatzteilnehmers bis spätestens 4 Arbeitstage vor Seminarbeginn erfolgen.

Will ein Teilnehmer/in einen einzelnen Seminarteil aus zwingenden Gründen umbuchen und in einer anderen Seminardurchführung besuchen, so wird eine Umbuchungsgebühr von CHF 300.– verrechnet. Der Teilnehmer/in hat in diesem Fall auch zu berücksichtigen, dass es ggf. zu allfälligen Programmänderungen/-anpassungen und -überschneidungen kommen kann. Daraus kann keine anteilige Rückerstattung der Seminargebühr abgeleitet werden.

Annulation

Eine Annulation einer Anmeldung (Rücktritt) ist bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos möglich. Bei einer Annulation (Rücktritt) bis 8 Wochen vor Seminarbeginn werden 20% des Kurshonorars, bei einem Rücktritt bis 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% des Kurshonorars verrechnet. Danach ist das gesamte Kurshonorar zu entrichten, sofern kein Ersatzteilnehmer mittels Umbuchung angemeldet wird.

Die Buchung eines Ersatzteilnehmers bzw. einer Vertretung hat bis spätestens 4 Arbeitstage vor Seminarbeginn zu erfolgen. Bei der Buchung eines Ersatzteilnehmers fällt eine Bearbeitungsgebühr von CHF 300.– an.

Einzelne Seminare können aufgrund höherer Gewalt oder wegen Mangel an Teilnehmer/innen vom Veranstalter kurzfristig, jedoch maximal 3 Wochen vor Seminarstart annulliert werden, ohne dass dabei ein Schaden geltend gemacht werden kann.

Versicherung, Haftung, Preisänderungen

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

Ebenfalls sind weitere allfällige Schäden welche direkt oder indirekt in Verbindung mit dem Seminarbesuch gebracht werden könnten, sei es aus Unfall, Krankheit, Haftpflicht, Diebstahl, Annulation des Seminares durch den Veranstalter oder sei es durch Schäden aus der Anwendung des vermittelten Management-Wissens durch die Teilnehmer/innen bzw. die uns beauftragte Unternehmung selbst zu versichern oder abzudecken. Jegliche Haftung unsererseits wird wegbedungen.

Es gilt **Schweizer Recht, Gerichtsstand ist St. Gallen.**

Mit dem Erscheinen eines neuen Prospektes verlieren jeweils alle früheren Angaben zu Inhalten, Referenten und Preisen ihre Gültigkeit.

Unsere vollständigen Geschäftsbedingungen entnehmen Sie unter: **www.sgbs.ch/agb**

Ausgabe Januar 2019



Anmeldekarten

Wir freuen uns über Ihre Anmeldung.

Ihre Anmeldung nehmen wir gerne per E-Mail, Post, Internet oder Fax entgegen.

St. Gallen Business School
Rosenbergstrasse 36
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 71 225 40 80

Telefax +41 71 225 40 89

Internet www.sgbs.ch

E-Mail seminare@sgbs.ch



ab 2000-heute

St. Gallen
Business School

Referenzen – Interviews – Teilnehmerstimmen – Diplomarbeiten
 von Absolventen/-innen der MBA-, Master- & Diplomausbildungen SGBS

MBA-, Master- & Diplomausbildungen SGBS
 – Berufsbegleitend – für Führungskräfte
Master Diplome St. Gallen

www.sgbs.ch/referenzen

Seminar-Name

Seminar-Nummer, Seminar-Datum

Vorname, Name

Firma

Strasse, Nummer

Land, PLZ, Ort

Branche, Anzahl Beschäftigte

Telefon

Telefax

E-Mail

Stellung/Funktion

Geburtsdatum

Datum

Unterschrift

1/19

Anmeldung

Seminar-Name

Seminar-Nummer, Seminar-Datum

Vorname, Name

Firma

Strasse, Nummer

Land, PLZ, Ort

Branche, Anzahl Beschäftigte

Telefon

Telefax

E-Mail

Stellung/Funktion

Geburtsdatum

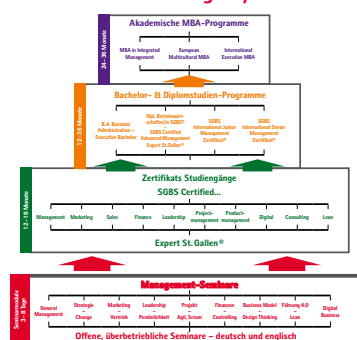
Datum

Unterschrift

1/19

Anmeldung

SGBS Ausbildungs-Pyramide



www.sgbs.ch/diplome

2019

St. Gallen
Business School

International Management Education
 Open & Customized Programs
 Boston | Cracow | London | Shanghai
 Senior Programs | Junior Programs | MBA & Diploma Programs | Inhouse & Consulting

www.sgbs.ch/international

INHOUSE & CONSULTING

St. Gallen
Business School

INHOUSE & CONSULTING
 Open & Customized Programs
 Boston | Cracow | London | Shanghai
 Senior Programs | Junior Programs | MBA & Diploma Programs | Inhouse & Consulting

www.sgbs.ch/inhouse



Impressionen aus Seminaren & Events der SGBS



Management-Kongress der SGBS Rückblick Speakers 2000-2018

Dr. Christian Abegglen • Prof. Knut Bleicher • Jobst Siemer • Peter E. Zehnder Ernst Wyrsech • Dr. Klaus Dohnanyi • Prof. Dr. Hans A. Wüthrich • General Stephan Kretschmer Bettina Würth • Dr. Konrad Hummler • Prof. Dr. Dres. Manuel R. Theisen • Prof. Dr. Wunderer • Karl-Heinz Grosse Peclum • Prof. Dr. Wilfried Krüger

Otto Ineichen • Prof. Dr. Hans Jobst Pleitner • Dr. Eckart von Hirschhausen Joachim Hunold • Ole N. Nielsen • Felix Richterich • Andreas Schell Peter Edelmann • Peter Zürn • Helmut Bührle • Prof. Dr. Manfred Spitzer Prof. Dr. Mathias Binswanger • Christo Quiske • Dr. Gunter Frank

Dr. Maximilian Herzog • Prof. Dr. Hans Eberspächer • Sören M. Slowak Prof. Dr. Janus Teezke • Mark McGregor • Philipp Schwander • Dr. Robert Neumann • Dr. Hermann Jung • Peter Rösler • Prof. Dr. Markus Schwaninger • Tors-ten Oltmanns • Heinrich Villiger • Prof. Dr. Theo Wehner • Dr. Wolf Schumacher

Dr. Thilo Sarrazin • Wolfram Hatz jun. • Felix Ahlers • Dr. Christian Lawrence • Christian Sagehorn • Arthur E. Darboven • Prof. Dr. Dietrich Dörner Master Han Shan • Dr. Konrad Hummler • Lars Windhorst • Maja Storch Roger Köppel • Prof. Dr. Markus Schwaninger • Dr. Joerg Dederichs

Prof. Dr. Thomas Straubhaar • Tomas Prenosil • Dr. Manfred Wittenstein Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch • Robert Heinzer Dr. Hendrik Hartje • Dr. Stephan Feige Simone Zuberbühler • Kim-Eva Wempe • Samy Liechti Dr. Bernhard Kaumanns Carolina Müller-Möhl • Heiko Fischer • Dr. Andreas Kaufmann • Christian Malik

Markus Portner • Dr. Dirk Haft • Dr. Volkmar Weckesser • Dr. Lea Sonderegger Dr. Marc Holitscher • Prof. Dr. Sönke Knutzen • Dirk Primbs • Mag. Dr. Magdalena Bleckmann • Hon.-Prof. Dr.-Ing. Lars Vollmer • Oliver Bilke-Hentsch Dr. Marie-Luise Sessler • Evan Luthra • Norbert Barnikel • Matthias Kurreck

VOITH
Reader's Digest
WURTH
Munich RE
OLYMPIA EXPRESS
rose plastic
ETH
DEUTSCHE LUNDBANK
HATZ
FROST
Accenture
Gothaer
WITTENSTEIN
3M
Innovation Lab
Appenzeller
BLACK & ROCK
RESCOURTE HERMAN
WITTENSTEIN
CENTOGENE
SWAROVSKI
Microsoft
MODELLSTATION
Innovation Lab
SCMT
VARIO

Management-Kongress SGBS: 26. September 2019 in St. Gallen

Best Practice-, Networking-Veranstaltungen und Corporate Programs



Unsere Best Practice Partner der letzten Jahre

Nachlese 16. St. Galler Management- und Alumni-Kongress «Unternehmen neu erfinden?»



16. St. Galler Kongress am 22. September 2018 erstmals in einem völlig neuen, interaktiven Format: Eisberg voraus? Missile ahead? Weiter bis bisher oder sich selbst und Unternehmen neu erfinden? Diese Fragen stellten sich hochkarätige Unternehmer und Führungspersönlichkeiten.

Dr. Christian Abegglen, Geschäftsführer der Direktor an der St. Galler Business School, hatte gerufen und zahlreiche Unternehmer, Manager, Dozenten und Alumni waren seiner Einladung ins Schlössli im St. Galler Klosterviertel gefolgt. Wohin in früheren Jahrhunderten bedrohte St. Galler flüchteten, weil der an der Ostseite des Hauses eingelassene Stein der Freiheit sie vor Ungemach schützte, traf man am 25. September 2018 in den geschichtsträchtigen Räumen auf die «Who is who» aus Wirtschaft und Wissenschaft.

Beseelt vom St. Galler Management Konzept mit seiner ganzheitlichen Betrachtungsweise inspirierte der souveräne Moderator und Kosmopolit MBA **Michael Beckmann** die Teilnehmenden zu einem «Learning by doing.» In verschiedenen Arbeitsgruppen wurde um Analysen und Erkenntnisse gerungen. Michael verordnete dem Plenum mit seinem überraschenden Arbeitsaufruf eine «Bella donna», die weg vom «Tunnelblick» zu einem pupillen- und bewusstseinsweiternden Fokus



Dr. Christian Abegglen

der Teilnehmer führte. Aus den Beiträgen der Arbeitsgruppen, die von eingeweihten Mentoren betreut wurden, ergaben sich unterschiedlichste Werthaltungen und Lösungsalternativen der Teilnehmenden, unterschiedlich, weil die Themen immer mit anderem Branchen- und Funktionsfokus betrachtet wurden. Im Mittelpunkt stand unter anderem das nur ungern gehörte Thema «Organisierter Stillstand...». Bei seinem Ausflug ins Storyversum führte uns Christian diesmal in den Urwald der Anden, wo er am Beispiel eines für den Ureinwohner unbekannten Gegenstands in Gestalt einer PET-Flasche den Sprung wagte zum iterativen Verfahren des St. Galler Integrierten Managements. Die ganzheitliche Analyse, Entwicklungsverläufe und Interdependenzen löste Christian exemplarisch durch den um Aufklärung bemühten Ureinwohner. Erkenntnisse und Handlungsoptionen mit Stärken, Schwächen, Risiken und Gefahren auf dem Weg zur Umsetzung zu erlangen, beschrieb Christian als den Weg zum Ziel.

Auf «Welcome future – nice to meet you» könnte die Weitsicht von **Norbert Barnickel**, dem «Digitalreferenten» des Kongresses reduziert werden. Der Optimismus von Norbert, dass er bei den Teilnehmern sowohl Verständnis und Zustimmung gerne erreichen



MBA Michael Beckmann

würde, aber vor allem Umdenken und Reinvent angestossen wollte, erfüllte sich. Den Bogen spannte Norbert vom «Post web», in dem wir uns derzeit aufhalten bis hin zu seiner Definition von Leadership, die er interpretierte als, Gelerntes loszulassen, um in einer digitalen Welt weiterzukommen. Um zukünftig erfolgreich zu sein, kämen Menschen und Unternehmen nicht umhin, sich kontinuierlich neu zu erfinden. Es würde sich die Halbwertszeit von Geschäftsmodellen von aktuell etwa einem Jahrzehnt sukzessive verkürzen, wenn das «disruptive Fallbeil» nicht schon früher und schneller zuschlagen würde.



Norbert Barnickel



Matthias Kurrek

Die Vita von **Matthias Kurrek**, der Referent mit der Note eines kernigen «Hand- und Kopfwerkers» und klarem, musternden Blick, verriet nicht unbedingt B2B; hier spürte man den «Handschlagdeal echter Kerle». Wenn er als ursprünglicher Bäcker, derzeit als

Geschäftsführer eines Mittelständlers, seinen nächsten Karriereschritt wieder ins vertraute Bäckerhandwerk antreten möchte, erkennt man Dynamik und nicht die Spur von Einbildung. In



Dr. Marion Eckert-Krause, Roche AG

seinen Ausführungen zeigte Matthias «klare Kante» und beschrieb den Erfolg des von ihm geführten Büromöbelherstellers Vario mit «Denken und tun lassen, aber auch fordern und fördern.» Auf einem virtuellen Betriebsrundgang bei VARIO lernten wir von dem bescheiden auftretenden Geschäftsführer Matthias nicht nur die Historie des aus einem Sägebetrieb resultierenden und heute mit hohem handwerklichen Einsatz und intelligenter Fertigungstechnologie gepaarten mittelständischen Unternehmens kennen, sondern erfuhren auch über «Ecken und Kanten» aller dort schaffenden Menschen, die sich kooperativ mit dem Kunden in einem Boot fühlten und entsprechend auftreten würden. Hier erlebte man eine erfolgreiche Wertegemeinschaft, für die sich laut Matthias die Frage der Veränderung bewährter und akzeptierter betrieblicher Strukturen derzeit nicht stellen würde. So sei man stets aufgeschlossen für Neues, und Agilität oder Digitalisierung seien weder unberührbar noch unbekannte Vokabeln für die «Hidden champions» aus dem Taunus.



Dr. Markus Müller

Und wenn es am schönsten ist und man meinte, alles wäre gut, kam das Innere vom Menschen auf den Seziertisch von Dr. **Markus Müller**. In einer Matrix mit den Koordinaten Fokus und Energie erklärte er den Kongressteilnehmern deren unterschiedliche Handlungsweisen, die zögerlich, aber auch zielgerichtet ablaufen könnten. Markus dürfte keine Affini-



tät zur Medizin haben, wenn er die hormonelle Seite von Adrenalin und Cortisol und deren Bedeutung auf unser berufliches oder privates Handeln nicht deutlich hätte machen können.

Als «Den Klaren aus dem Norden» könnte man anschliessend **Sören Slowak** verorten, der den Staffeln der Moderation zeitweise übernahm und in seinen Funktionen als Alumni-Präsident und Beiratsvorsitzender den besonderen Biotop, den Geist, den Zusammenhalt und den Fortschritt der St. Galler Business School-Gemeinde an «ihrer Schule» plastisch beschrieb. Sören öffnete uns die Tür zum St. Galler Management Haus, das im neuen Denk- und Arbeitsbuch von Dr. Christian Abegglen einen breiten Raum einnimmt. Im Innenleben der mit signalrotem Einband gestalteten optischen Augenweide, wird der Rezipient von ordentlicher Struktur und Didaktik, vergleichbar mit einem gut gefüllten Studierzimmer, empfangen.

Wer die Beteiligten auf «Lessons learnt» ansprach, hörte schnell heraus, dass sich der Kongress gelohnt habe. Vieles habe man gehört, über manches müsse noch nachge-



Sören Slowak

dacht, einiges könne sofort umgesetzt werden. Das Fazit einiger Beteiligter lautete: Die «Energiebilanz» stimme – es kam mehr heraus, als hineingesteckt wurde. Ohne Zweifel ein Verdienst, dass sich Dr. Christian Abegglen und seine Mannschaft auf die Fahnen schreiben dürfen. Ein langjähriger Teilnehmer bemerkte zur Erheiterung einiger Zuhörer: «In der St. Galler Business School sind wir nicht im akademischen Elfenbeinturm, hier wird kein Botox verabreicht, hier gibt es verjüngende Frischzellen.» Das in St. Gallen von Hochschullehrern, wie Ulrich initiierte, von Bleicher weitergeführte und mit Abegglen stetig fortentwickelte Konzept des integrierten Managements stehe mit der vierten Generation als Gegenbeispiel organisierten Stillstands. Nach wie vor gelte im «Management Valley» von St. Gallen die Einsicht einer ...zeitlosen flexiblen Antwort auf eine komplexer werdende Welt.

Die Zeit verging mit Hören, Reden und Tun wie im Flug und rief mit der Diplomverleihung einen bedeutenden Tagesordnungspunkt auf. Nach viel geistiger Arbeit, Anstrengungen und Entbehrungen durften die frisch gekürten Diplomanden den Kongressstag besonders geniessen. Sie wurden für ihre schweisstreibenden Mühen belohnt und nahmen Diplomzeugnis und Lobesworte von Dr. Christian Abegglen und Dr. Ulrich v. Bassewitz, der bei der SGBS als Studiendirektor und Spezialist für Unternehmensnachfolge zeichnet, entgegen.



Beate Monastiridis-Dörr, Munich Re

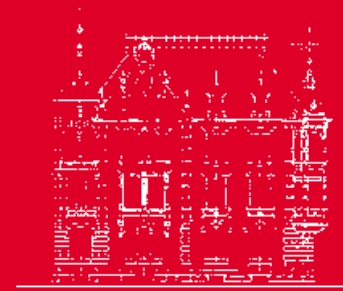
Wenn Christian nach der Arbeit zum verdienten Vergnügen trommelte, hatte er nicht übertrieben und nach mentaler Kost widmeten sich die Kongressteilnehmer vortrefflichen gustatorischen Genüssen im Schlössli. Lange noch tauschten die sich jetzt mit «Messer und Gabel bewaffneten Teilnehmer» über Gott und die Welt aus, wie auch zu der Methode «Aus der Praxis und für die Praxis» diskutiert wurde. Wohlwissend und erleichtert, dass der Kongress die «Hefe für den Reifeprozess» einer Neuerfindung von Unternehmen und eines digitalen Backwerks geliefert habe. In einer weiteren Sache votierten die Teilnehmer ebenfalls übereinstimmend. Im nächsten Jahr, dann an einem Donnerstag, am 26. September 2019 sehe man sie beim 17. St. Galler Management-Kongress der St. Galler Business School auf alle Fälle wieder.

Dr. Wolfgang Strecker



Der nächste Kongress, dann zum Thema «Personal Effectiveness», findet am 26. September 2019 statt.

Management- Weiterbildung



St. Gallen Business School
Rosenbergstrasse 36
CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 71 225 40 80
Telefax +41 71 225 40 89
E-Mail seminare@sgbs.ch
Internet www.sgbs.ch

Seminare & Lehrgänge



Strategie **Management** Agil
Digital **Ausbildung** Verhalten
Kultur **Weiterbildung**
Vernetzt **Entwicklung** Struktur



sgbs.ch

2019