MANAGEMENT WEITERBILDUNG
SEMINARPROGRAMM 2024

St. Gallen

SEMINARS AND PROGRAMS IN ENGLISH p. 81 ff.

SMP

MANAGEMENT PROGRAMM
ST. GALLEN

Joseph A. Schumpeter

2024
JANUAR – DEZEMBER

WWW.SMP.CH

SMP Management Programm St. Gallen

Telefon +41 71 244 55 55
seminare@smp.ch
www.smp.ch

SMP

MANAGEMENT PROGRAMM
ST. GALLEN

SMP
MANAGEMENT PROGRAMM
ST. GALLEN

+41 71 244 55 55 DE EN

Seminare | MBA & Zertifikate | Custom Programs | Coaching | St. Gallen Online | SMP St. Gallen

STRATEGIE

Das alte auf eine neue Weise tun -
das ist Innovation.

Joseph A. Schumpeter

MANAGEMENT SEMINARE SMP ST. GALLEN

Das St. Galler Management Programm zählt zu den renommiertesten, international tätigen Weiterbildungsinstitutionen aus dem deutschsprachigen Raum. Unsere praxisorientierten Seminare mit ganzheitlichem Konzept bieten Führungskräften neuestes Wissen in kompakter Form.

Wir wollen Sie nicht in Relativitätstheorie ausbilden, aber Ihnen Wege aufzeigen, wie man mit dem richtigen Zeitfenster die Zeichen der Zeit auch richtig liest, sodass man weder der Zeit voraus läuft noch hinter ihr herspringen muss. Am sichersten ist, wenn Sie sich bei uns für eine entsprechende Weiterbildung anmelden. Wir beraten Sie sehr gerne.

Zur Seminarübersicht →

- General Management für Executives
- Junior Management Programme
- Marketing, Verkauf & Vertrieb
- Strategie
- Leadership
- Persönlichkeitsmanagement
- Finanzen
- St. Gallen Online
- MBA & Zertifikate

INHALTSVERZEICHNIS

4 SMP Management Programm St. Gallen
114 Administration und Anmeldekarten
115 St. Gallen Experience – online

5 GENERAL MANAGEMENT FÜR EXECUTIVES

6 St. Galler Executive Management Programm
8 St. Galler General Management Programm
10 Executive Update
11 Corporate Strategy für Executives
12 Top Management Programm
14 Geschäftsführer- und CEO-Programm
16 St. Galler Executive Leader Programm
18 Management & Change
20 St. Galler Executive-Woche
21 General Management Seminar
22 Digital Business Agility

23 MANAGEMENT PROGRAMME

24 St. Galler Junior Management Programm
26 Management Programm St. Gallen
28 St. Galler Betriebswirtschafts-Lehrgang
30 Managementkompetenz für Nachwuchskräfte
31 Management Summer School
32 Finanzielle Führung & Leadership

33 LEADERSHIP

34 St. Galler Executive Leadership-Woche
35 Führungskompetenz für Executives
36 Leadership Programm für Executives
37 Führung 360°
38 St. Galler Führungs-Programm
39 Change Management
40 Mitarbeiterführung und Leadership
41 Leader-Qualitäten: Entscheiden, Motivieren, Umsetzen
42 Führungsverhalten und Führungskompetenz
43 Zu Höchstleistungen motivieren
44 Führen mit Persönlichkeit

45 PERSÖNLICHKEITSMANAGEMENT

46 Persönlichkeitsmanagement
48 Personal Image
49 Sozialkompetenz und Motivationskraft
50 Verhandlungskompetenz und Gesprächsführung
51 Exzellenz in Kommunikation und Rhetorik
52 Überzeugend verhandeln
53 Authentisch Auftreten
54 Die effektive Führungspersönlichkeit

55 STRATEGIE

56 Strategisches Management
58 Strategie und Implementierung
59 Business Innovation Programm
60 Nachhaltige Unternehmensführung (ESG)
61 Strategisches Management für Juniors
62 Strategisches Marktmanagement

63 MARKETING, VERKAUF, VERTRIEB

64 St. Galler Marketing Programm
65 Corporate Brand Management
66 Effective Marketing
67 On- und Offline Marketing
68 Online Marketing & Social Media
69 Markterfolg sichern
70 Management Programm für Produktmanager
71 Management Programm für Verkaufs- und Vertriebsleiter
72 Strategisches Verkaufsmanagement
74 Verkaufs- und Vertriebsmanagement

75 FINANZEN

76 Finanzmanagement für Executives
77 Finanzielle Führung und Controlling
78 St. Galler Finanz- und Controlling-Lehrgang
80 St. Galler Controlling-Seminar

81 SEMINARS AND PROGRAMS IN ENGLISH

82 St. Gallen Executive Management Program
84 Top Management Program
86 Strategic Management
88 St. Gallen Management Program
89 Business Leaders Program
90 Future Executives Program
91 Effective Marketing
92 Finance for Executives
93 Financial Management
94 Executive Leadership Week
95 Change Management
96 Leadership Management

97 MASTER & DIPLOME

98 Programmaufbau, Übersicht
101 Teilnehmerstimmen
103 Studiendaten Januar – Dezember 2024

105 CUSTOM PROGRAMS

106 Firmenspezifische Weiterbildung (Inhouse)
108 Coaching
110 Referenzen

111 ST. GALLEN ONLINE

SMP MANAGEMENT PROGRAMM ST. GALLEN
PRAXISORIENTIERTE WEITERBILDUNG MIT GANZHEITLICHEM KONZEPT

Das St. Galler Management Programm zählt seit vielen Jahren zu den renommiertesten und erfolgreichsten Weiterbildungsinstitutionen in Europa. Unsere Referenten, Dozenten und Professoren vermitteln neuestes Management-Wissen zu allen Themenbereichen der modernen Managementlehre.

Neben ihrer Tätigkeit in Forschung und Lehre sind alle Referenten auch erfolgreich in der Praxis und der Beratung tätig. Bestehende Konzepte und Methoden werden dadurch ständig auf Praxistauglichkeit hin überprüft und verbessert.
Gleichzeitig bilden die aktuellen Herausforderungen der Praxis den Ausgangspunkt für die Weiterentwicklung der Managementlehre nach dem ganzheitlichen St. Galler Management Ansatz.

ÖFFENTLICHE SEMINARE UND LEHRGÄNGE

Mit unseren öffentlichen Seminaren bieten wir Führungskräften die Möglichkeit, neuestes Wissen in kompakter Form zu erwerben. Alle Seminare sind jeweils spezifisch an die Bedürfnisse des entsprechenden Teilnehmerkreises und der Hierarchieebene angepasst.
Die Teilnehmenden profitieren dabei nicht nur von den umfassenden Kenntnissen der Dozenten, sondern gewinnen durch den Austausch untereinander auch wertvolle Einblicke in die gelebte Realität anderer Branchen und Fachbereiche.
Die Seminare sind so konzipiert, dass es nach dem Seminarbesuch möglich ist, bereits besuchte Veranstaltungen später in umfassendere Programme zu integrieren – ohne thematische Überschneidungen. So kann die eigene Weiterbildung jederzeit flexibel an neue Bedürfnisse angepasst werden.
Mehr ab Seite 5.

MASTER & DIPLOME

Mit unseren Master- und Diplomprogrammen bieten wir engagierten Führungs- und Fachkräften die Möglichkeit, berufsbegleitend einen wertvollen und praxisorientierten Abschluss zu erwerben.
Durch die Kombination von Präsenzseminaren, Fernstudium, Workshops und E-Learning lassen sich alle Programme sehr individuell auf die konkreten Bedürfnisse des jeweiligen Kandidaten zuschneiden.
Mehr ab Seite 97.

CUSTOM PROGRAMS

Im Bereich der innerbetrieblichen Weiterbildung unterstützen wir unsere Kunden bei der Gestaltung und Durchführung der für sie optimalen Weiterbildungsmassnahme.
In enger Zusammenarbeit mit der Personalentwicklung des Auftraggebers entstehen massgeschneiderte Konzepte vom einfachen Workshop oder Seminar bis hin zum umfassenden Management Development Programm.
Mehr ab Seite 105

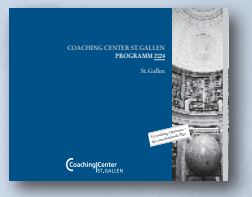
ST. GALLEN ONLINE

Mit St. Gallen Experience – online bieten wir praxisorientiertes St. Gallen Management-Wissen. Online und live. Vollkommen ortsunabhängig. Für Führungskräfte, die trotz knappen Zeitressourcen, unterstützt durch moderne Lerntechnologien, ihr Management-Wissen auffrischen, vertiefen oder erweitern wollen.
Mehr ab Seite 111.

SMP-BROSCHÜREN

Seminare und Programme

Coaching Center St. Gallen



Master und Diplome

SMP Management
Programm St. Gallen
Telefon +41 71 244 55 55
seminare@smp.ch
www.smp.ch

GENERAL MANAGEMENT FÜR EXECUTIVES

6 St. Galler Executive Management Programm
8 St. Galler General Management Programm
10 Executive Update
11 Corporate Strategy für Executives
12 Top Management Programm
14 Geschäftsführer- und CEO-Programm
16 St. Galler Executive Leader Programm
18 Management & Change
20 St. Galler Executive-Woche
21 General Management Seminar
22 Digital Business Agility

ST. GALLER EXECUTIVE MANAGEMENT PROGRAMM

Dauer: 2 × 4 Tage

Wer auf Dauer Kompetenz bewahren will, wer seinem Führungsanspruch gerecht werden oder Aufstiegschancen nutzen will, kommt nicht umhin, sich mit den neuesten Erkenntnissen zur Unternehmensführung vertieft auseinander zu setzen.

Das St. Galler Executive Management Programm bietet in 2-mal 4 Tagen die Möglichkeit, ein intensives, ganzheitlich ausgerichtetes Management-Programm auf höchstem Niveau zu absolvieren und neuestes Wissen zu den wichtigsten Themen erfolgsorientierter Unternehmensführung kennen zu lernen und zu vertiefen. Inhalt, Aufbau, Referenten und Methodik genügen höchsten Anforderungen im Hinblick auf Professionalität, Praxis- und Wissenschaftsbezug.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Executive Führungskräfte, die nach mehrjähriger Praxistätigkeit erneut ihr Management-Wissen ergänzen und vertiefen wollen.
- Unternehmer, Geschäftsleitungsmitglieder oder deren Nachfolger.
- Leiter/innen von Geschäftsbereichen und bedeutenden Business Units.
- Führungskräfte der oberen Führungsebene, die sich auf neue, anspruchsvolle Positionen vorbereiten wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Der ganzheitliche St. Galler Management-Ansatz

- Kernelemente der ganzheitlichen Unternehmensführung
- Der richtige Umgang mit Komplexität
- Der Einfluss der digitalen Transformation
- Normatives Management: Die grundlegenden Weichenstellungen
- Strategisches Management: Das Unternehmen auf die Zukunft ausrichten
- Operatives Management: Prozesse beherrschen und Resultate erzielen

Erfolgsfaktoren im Strategischen Management

- Erfolgsfaktor Methodik: Die richtige Vorgehensweise zur Erarbeitung von Strategien
- Erfolgsfaktor Information: Den Handlungsbedarf erkennen
- Erfolgsfaktor Commitment: Akzeptanz durch Einbezug der Mitarbeiter in die Strategiefindung
- Erfolgsfaktor Zeit: Schnelle Ergebnisse durch Delegation im Strategieprozess

Strategien erfolgreich umsetzen

- Strategie-Implementierung: Die erfolgreiche Umsetzung von strategischen Konzepten
- Konzepte und Methoden des Strategischen Controllings
- Arbeiten mit Management-Cockpits und dem St. Galler Implementierungs-Barometer
- Implementierungsbarrieren frühzeitig erkennen und beseitigen

Strategisches Marketing und Corporate Brand Management

- Total Customer Focus: Kundennutzen und Kundennähe
- Preis- oder Qualitätsführerschaft: die strategisch richtige Positionierung im Markt
- Corporate Brand Management als Schlüssel zur Differenzierung vom Wettbewerb
- Markterfolg durch Service- und Vertriebskompetenz

Executive Communication

- Die Executive-Führungskraft als Stimme und Repräsentant des Unternehmens
- Kritische Gesprächssituationen souverän meistern
- Der richtige Umgang mit Politik, Medien und Interessengruppen
- Kompetenz in Auftreten und Aussage

Executive Finance

- Die finanzielle Führungsverantwortung
- Steigerung des Unternehmenswerts und der Performance
- Erfüllung der Ansprüche an die Liquidität, Rentabilität und Stabilität

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Werte- und Kulturmanagement

- Die Vermittlung der zentralen Werte als Management-Aufgabe
- Synchronisation von Strategie und Unternehmenskultur

Die Unternehmenskultur als Führungsinstrument

- Unternehmens- vs. Organisationskultur
- Die Unternehmenskultur als Verhaltensraster im Unternehmen
- Massnahmen zur langfristigen Beeinflussung der Unternehmenskultur
- Behutsamer Wandel: Kulturkrisen vermeiden

Change Management

- Grundmuster von Veränderungsprozessen
- Die Angst vor Veränderungen abbauen
- Kommunikation als zentrales Führungsinstrument im Change Prozess
- Das Engagement für den Wandel erreichen
- Veränderungsprozesse strukturieren und steuern
- Die Führungskraft als Change Agent

Leadership Performance

- Die Entwicklung von persönlicher Leadership-Kompetenz
- Führungsrollen und Führungsaufgaben des Executive Managements
- Führungsverhalten und Vorbildfunktion des Executive Managements gerade in schwierigen Situationen

Coaching und Empowerment

- Mitarbeiter zum Erfolg führen
- Die Rolle des Executive Managements bei Förderung und Nutzung des Human-Potentials
- Empowerment: Mehr Motivation, mehr Leistung und mehr Zufriedenheit durch gezielte Delegation von Aufgaben und Verantwortung

SEMINARDATEN

1014	Teil 1: 04.–07.03.2024, Luzern Teil 2: 18.–21.03.2024, Luzern
1024	Teil 1: 04.–07.03.2024, Luzern Teil 2: 03.–06.06.2024, Luzern
1034	Teil 1: 04.–07.03.2024, Luzern Teil 2: 19.–22.08.2024, Brunnen
1004	Teil 1: 10.–13.06.2024, St. Gallen Teil 2: 19.–22.08.2024, Brunnen
1094	Teil 1: 10.–13.06.2024, St. Gallen Teil 2: 07.–10.10.2024, St. Gallen
1044	Teil 1: 02.–05.09.2024, Davos Teil 2: 07.–10.10.2024, St. Gallen
1054	Teil 1: 02.–05.09.2024, Davos Teil 2: 25.–28.11.2024, Luzern
1064	Teil 1: 18.–21.11.2024, St. Gallen Teil 2: 25.–28.11.2024, Luzern
1074	Teil 1: 18.–21.11.2024, St. Gallen Teil 2: 27.–30.01.2025, Luzern

Seminargebühr
CHF 10900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 510 92 93

ST. GALLER GENERAL MANAGEMENT PROGRAMM

Dauer: 2 × 4 Tage

Führungskräfte, die aus dem mittleren Management in eine General Management Funktion aufsteigen möchten, sehen sich mit einer Vielzahl neuer Themen konfrontiert, für die ihnen die eigene Erfahrung nur begrenzt bewährte Lösungsansätze bietet.

Plötzlich nimmt der eigene Einfluss auf strategische Entscheide exponentiell zu und es gilt, zu gestalten anstatt nur umzusetzen. Wo man früher jeden Mitarbeiter noch persönlich kannte, müssen nun Führungsinstrumente zumindest teilweise die direkte und persönliche Führung ablösen.

Ziel dieses 2-teiligen Programms ist es, erfolgreichen Führungskräften diesen Übergang in ein neues Aufgabengebiet zu erleichtern. Sie sollen gezielt auf die Herausforderungen vorbereitet werden, die ein derartiger Aufstieg unweigerlich mit sich bringt. Denn es gilt, in der neuen Funktion von Anfang an Kompetenz zu beweisen.

Im Mittelpunkt des Seminars stehen deshalb die Fragen, welche auf unteren Managementebenen nur bedingt zu entscheiden sind und für die deshalb vielen Führungskräften die eigene Erfahrung fehlt.
Es gilt, die Perspektive zu wechseln und vom erfolgreichen und effektiven Umsetzer zum kreativen und aktiven Gestalter der Rahmenbedingungen zu werden.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Erfahrene Führungskräfte aus dem mittleren Management, die in eine Position mit strategischer Gesamtverantwortung aufsteigen
- Leiter von Geschäftsbereichen und Abteilungen, die ihre Kenntnisse auf den neuesten Stand bringen möchten
- Verantwortliche für strategische Vorhaben und Änderungsprojekte
- Führungskräfte aus Stabsbereichen mit Gestaltungs- und Entwicklungsaufgaben

TEIL 1: STRATEGISCHES MANAGEMENT

Das ganzheitliche St. Galler Strategiekonzept

- Strategisches Management als Element des Führungskonzepts
- Wirkung strategischer Entscheidungen
- Erfolgspotenziale als Basis für Spitzenleistungen

Die wichtigsten Strategischen Analysen

- Die Muss-Analysen im Strategieprozess
- Analysen zur Verteidigung der heutigen Marktpositionen
- Analysen zum Aufbau neuer Marktpositionen
- Kundenprobleme lösen
- Die Bewältigung von technologischen Substitutionen und Strukturwandel
- Fokussierung, Outsourcing, Allianzen, Komplexitätsabbau

Strategien für neue Herausforderungen

- Strategisches Navigieren im globalen Wettbewerb
- Die Steuerung der Werttreiber
- Das Konzept der Kernkompetenzen
- Das Management von Diskontinuitäten

Geschäftsfeldgliederung und Struktur-Management

- Wie die Geschäftsfeldgliederung die Entwicklungsrichtung vorbestimmt
- Geschäftsfelder und Business Units bestimmen
- Anpassung von Strukturen und Prozessen

Strategieformulierung

- Strategische Optionen
- Zukünftige Marktpositionen und Portfolio-Management
- Methoden und Instrumente zur Strategieformulierung
- Überführung strategischer Pläne in Budgets und quantitative Zielvorgaben

Implementierung der Strategie

- Methoden zur erfolgreichen Umsetzung strategischer Konzepte
- Strategische Frühwarnsysteme und Strategie-Controlling
- St. Galler Implementierungsbarometer

TEIL 2: FINANZIELLE UNTERNEHMENSSTEUERUNG UND LEADERSHIP

Finanzmanagement und Controlling

- Die Steuerungsinstrumente der ergebnisverantwortlichen Führungskraft
- Kennzahlen der finanziellen Führung: Interpretation und Beeinflussbarkeit

Strategisches Gewinnmanagement

- Gezielte Steuerung der Ertragskraft
- Nutzung brachliegender Gewinnsteigerungs-Potenziale
- Erfolgreiche Umsetzung von Gewinnsteigerungs-Programmen

Die finanzielle Führung

- Aktive Planung, Budgetierung und Ergebnissteuerung
- Varianten und Massnahmen zur Ergebnisverbesserung
- Controlling-Instrumente und -Prozesse
- Teilkosten- versus Vollkostenrechnung
- Kostenmanagement in Business Units
- Der richtige Umgang mit Gemeinkosten mit Hilfe der Deckungsbeitragsrechnung
- Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnung

Die Mitarbeiterführung

- Der Faktor Mensch: Optimieren der Mitarbeiterleistung bei gleichzeitig hoher Arbeitszufriedenheit
- Mitarbeiter coachen, entwickeln und beurteilen
- Führungsverhalten in kritischen Situationen
- Teams zum Erfolg führen

Kommunikation als Führungsinstrument

- Einstellungen, Verhalten und eingefahrenes Denken aufbrechen und verändern
- Moderne Führungsansätze: Für gemeinsame Ziele begeistern
- Auch in schwierigen Situationen Motivation für Spitzenleistungen erreichen
- Unangenehme Dinge richtig kommunizieren

SEMINARDATEN

1114	Teil 1: 22.–25.01.2024, St. Gallen Teil 2: 18.–21.03.2024, Davos
1124	Teil 1: 04.–07.03.2024, Davos Teil 2: 18.–21.03.2024, Davos
1134	Teil 1: 04.–07.03.2024, Davos Teil 2: 10.–13.06.2024, Davos
1144	Teil 1: 17.–20.06.2024, Luzern Teil 2: 11.–14.11.2024, Davos
1154	Teil 1: 26.–29.08.2024, St. Gallen Teil 2: 11.–14.11.2024, Davos
1164	Teil 1: 11.–14.11.2024, Luzern Teil 2: 31.03.–03.04.2025, Wildhaus

Seminargebühr
CHF 9500.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 510 92 93

EXECUTIVE UPDATE

Dauer: 2 × 4 Tage und 3 Tage

3-teiliges Executive Programm für erfahrene Führungskräfte, welche neustes Management-Wissen auftanken und die eigenen Entscheide mit Top of Mind-Ansätzen reflektieren wollen.

Das Executive Update beleuchtet praxisorientiert wichtige Themen der ganzheitlichen Unternehmungsführung (Strategie, Corporate Brand/Marketing, Executive Communication, Finance), den digitalen Wandel und Leadership. Die Teilnehmenden erhalten die Möglichkeit, die Perspektive zu wechseln, vom Entscheider hin zum Zuhörer und Berater. Dabei ihre langjährige Erfahrung mit aktuellstem Management-Wissen zu hinterfragen, eine allfällige Betriebsblindheit abzuschütteln und mit neuen Ideen für die eigene Tätigkeit ins Unternehmen zurückzukehren.

TEIL 1: GENERAL MANAGEMENT FÜR EXECUTIVES

Die Kunst einer resultatorientierten Gesamtführung besteht darin, Methoden, empirische Gesetze und Handlungsanleitungen des modernen Managements zu kennen und diese anhand praktischer Fälle kritisch zu hinterfragen. Der erste Seminarteil hilft, neues Management-Wissen zur Gesamtführung auf Gültigkeit und Verwertbarkeit für die eigene Führungsaufgabe zu überprüfen und zu reflektieren.

- Kernelemente der ganzheitlichen Unternehmensführung nach dem St. Galler Management-Ansatz
- Erfolgsfaktoren im strategischen Management
- Strategien erfolgreich umsetzen
- Strategisches Marketing und Corporate Brand Management
- Executive Communication
- Executive Finance

TEIL 2: DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION

Die Welt ist im Wandel und einer der grössten Treiber ist der Megatrend Digitalisierung. In der Aussen- und Innensicht sind Unternehmen gefordert, die neuen Entwicklungen zur erfassen und Handlungsoptionen abzuleiten. Geschäftsmodelle, Kundenorientierung und Leadership u.a. sind Teile, welche durch die digitale Transformation verändert werden.

- Veränderungen und Entwicklungen in der digitalen Welt
- Geschäftsmodelle und Plattformen erfolgreicher Digital Leaders
- Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, neuer Produkte oder Dienstleistungen als Teil des bestehenden Angebots
- Förderung einer digitalen Unternehmenskultur
- Integration der neuen Art Stakeholder – insbesondere Kunden und Mitarbeitende – als Teil des Leistungsnetzwerkes

TEIL 3: LEADERSHIP, MOTIVATION UND LIFE BALANCE

Um neue Konzepte, Ansätze und Wissen in die eigene Organisation zu tragen, braucht es Überzeugung und Willenskraft. Der dritte Teil des Executive Update lädt zur Reflexion des eigenen Führungs- und Lebensstils ein, gepaart mit modernen Leadership-Ansätzen und Motivationstechniken für die Führungskraft und das Team.

- Die Führungs-Rollen eines Executive
- Perspektivenwechsel im eigenen Führungsverständnis
- Der Leader als Kommunikator
- 10 Leitsätze einer effektiven und modernen Führung
- High Performance Teams – Entwicklung und Motivation

SEMINARDATEN

1914
Teil 1: 04.–07.03.2024 Luzern
Teil 2: 08.–11.04.2024 Luzern
Teil 3: 24.–26.06.2024 Brunnen

1904
Teil 1: 10.–13.06.2024 St. Gallem
Teil 2: 24.–26.06.2024 Brunnen
Teil 3: 11.–14.11.2024 St. Gallen

1994
Teil 1: 10.–13.06.2024 St. Gallen
Teil 2: 11.–14.11.2024 St. Gallen
Teil 3: 25.–27.11.2024 Hallwilersee

1924
Teil 1: 02.–05.09.2024 Davos
Teil 2: 11.–14.11.2024 St. Gallen
Teil 3: 25.–27.11.2024 Hallwilersee

Seminargebühr
CHF 13500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

CORPORATE STRATEGY FÜR EXECUTIVES

Dauer: 4 Tage

Corporate Strategy ist die «Königsdisziplin» der Unternehmensführung. Ergebnisverantwortliche Führungskräfte müssen Strategien entwickeln, vorgeben und umsetzen. Meist zusammen mit ihren Schlüsselmitarbeitenden, oft auch unter Einbezug externer Consultants.

Dieses 4-tägige Seminar bringt Sie auf den neuesten Stand des Wissens zum Thema «Strategisches Management». -Wissenschaftlich wie praxisbezogen. Und vermittelt Instrumente zu strategischen Analysen, Strategieformulierung und Strategieumsetzung.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Oberste und obere Führungskräfte, die über strategische Weichenstellungen selbst entscheiden oder mitentscheiden.
- Führungskräfte und Spezialisten, die selbst strategische Analysen durchführen oder strategische Konzepte erarbeiten.

THEMENSCHWERPUNKTE

Strategische Gesetzmässigkeiten

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

Der Prozess der Strategiefindung

Die einzelnen Schritte im Strategie-Prozess. Die Steuerung eines Strategie-Projektes. Instrumente und Vorgehen, um zu entscheidungsreifen Strategien zu kommen.

Die eigene strategische Position bestimmen

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

Chancen- und Risiko-Management

Unternehmen müssen besondere Fähigkeiten entwickeln, Chancen zu erkennen und zu ergreifen. Sie benötigen zugleich aber die Fähigkeit, Risiken zu erkennen, transparent zu machen und auch im «worst case» erfolgreich zu überleben.

Strategie-Varianten entwickeln

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

Präzise Strategien formulieren

Strategien für Business Units und Geschäftsfelder. Verdichtung zur Unternehmensstrategie. Strategische Projekte, Ressourcenzuteilung. Benötigte Kernkompetenzen. Geschäftsmodell.

Strukturen, Prozesse

Anpassung der Organisationsstruktur: oft unvermeidbar. Strategiekonforme Abläufe und Prozesse.

Systeme und Führungsinstrumente

Anreizsysteme. Steuerungs- und Navigationssysteme. Strategisches Controlling.

Implementierung

Häufige Gründe für Umsetzungsschwierigkeiten. Empfehlungen für eine wirkungsvolle Umsetzung.

Praxisbezug

Anhand von Praxisfällen zeigen wir, wie strategisches Management funktioniert.

SEMINARDATEN

8114	22.–25.01.2024 St. Gallen
8124	04.–07.03.2024 Davos
8134	17.–20.06.2024 Luzern
8144	26.–29.08.2024 St. Gallen
8154	11.–14.11.2024 Luzern

Seminargebühr
CHF 5500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

TOP MANAGEMENT PROGRAMM

Dauer: 3 × 4 Tage

Dieses 3-teilige Management Programm zu den zentralen Themen ganzheitlicher Unternehmensführung richtet sich an Führungskräfte aus dem oberen und obersten Management, welche mit ihren Entscheidungen zu Strategie, Finanzen und Human Resources die massgeblichen Weichenstellungen für die weitere Entwicklung ihres Unternehmens vorgeben.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Mitglieder der Geschäftsleitung
- Führungskräfte der oberen und obersten Management-Ebenen
- Leiter von Geschäftsfeldern, Hauptabteilungen, Geschäftsbereichen oder bedeutenden Business Units
- Leiter von zentralen Einheiten mit Führungsverantwortung
- Erfahrene Führungskräfte in verantwortlicher Position, welche ihr Management-Wissen gezielt erweitern und auf den neuesten Stand bringen wollen

TEIL 1: GANZHEITLICHE UNTERNEHMENS-STEUERUNG

Teil 1 befasst sich mit der Definition von Strategien und deren Umsetzung in Massnahmen und Prozesse, also mit Zielsetzung und Gestaltung der unternehmerischen Tätigkeit.

Das System der ganzheitlichen Unternehmensführung

- Die ganzheitliche Führungsverantwortung eines Geschäftsführers bzw. einer Executive Führungskraft
- Unterschiedliche Führungsrollen
- Oberste Führung in Abhängigkeit vom organisatorischen Reifegrad des Unternehmens

Normative Vorgaben

- Was von oben vorgegeben werden muss, um die Entwicklung des Unternehmens in die richtigen Gleise zu bringen
- Was von oben bewusst nicht vorgeschrieben werden sollte, um Eigeninitiative und Intrapreneurship nicht abzuwürgen

Strategisch navigieren

- Strategisch relevante Informationen
- Periodisch von Mitarbeiter/innen einzufordernde Analysen
- Trendbrüche und Diskontinuitäten nicht übersehen
- Digital Readiness
- Neue Chancen frühzeitig erkennen und anpacken
- Die strategische Ausgangslage
- Herausforderungen und Handlungsbedarf
- Zukunftssichernde und wertsteigernde Strategien erarbeiten
- Das strategische Zielsystem

Strategisches Marketing

- Total Customer Focus
- Corporate Identity and Corporate Image
- Neue Ansätze im Marketing

Executive Communication

- Kommunikation in Krisenzeiten
- Management der Beziehungen zur Öffentlichkeit

Wertorientierte Unternehmensführung

- Ganzheitliche finanzielle Unternehmenssteuerung
- Optionen zur Steigerung des Unternehmenswertes
- Kapitalkosten & Renditeerwartungen

TEIL 2: LEADERSHIP UND FÜHRUNGS-PERSÖNLICHKEIT

Teil 2 ist dem Aspekt der Mitarbeiterführung gewidmet, da auch die beste Strategie nur Erfolg haben wird, wenn sie von den Mitarbeitern und Führungskräften getragen wird.

Die Liste der Anforderungen an eine Führungskraft an der Spitze ist lang. Wir zeigen, welche Leader-Qualitäten gefordert sind.

- Überzeugungskraft
- Wahrnehmung
- Urteilsfähigkeit
- Analytisches Denken
- Kreativität und Innovationskraft
- Ansteckende Begeisterungsfähigkeit
- Resultatorientierung
- Kommunikationsfähigkeit
- Gerechtigkeitssinn
- Selbstbewusstsein
- Disziplin
- Wissbegierde
- Anpassungsfähigkeit
- Einfühlungsvermögen
- Harmoniestreben – trotz Durchsetzungsfähigkeit

Vor allem aber geben wir konkrete Handlungsanleitungen, um wirklich Leader-Qualitäten zu entwickeln und resultatorientiert zum Einsatz zu bringen.

Das persönliche Leader-Programm

Im Verlauf dieses Seminarteils erwerben die Teilnehmenden komprimiertes Wissen zu den Erfolgsfaktoren moderner Führung. Sie erkennen ihre persönlichen Stärken und Talente als Führungskraft. Sie sind sich über ihre heutige und zukünftige Rolle in ihrem spezifischen Führungsumfeld bewusst.

TEIL 3: FINANZMANAGEMENT FÜR EXECUTIVES

Teil 3 analysiert die finanzpolitischen Entscheide, welche massgeblich zum wirtschaftlichen Erfolg der Geschäftstätigkeit beitragen.

Finanzmanagement

- Die finanzielle Steuerungsfunktion der Geschäftsführung
- Finanzielle Ziele und Gesamtzusammenhänge
- Überdurchschnittliche Resultate bewirken

Die Aussagekraft des Jahresabschlusses

- Welche Schlüsse kann ein Executive aus der Bilanz und Erfolgsrechnung/Gewinn- und Verlustrechnung ziehen?
- Welche Kennziffern erlauben welche Interpretationen? Wo sind die Grenzen der Aussagekraft?

Gewinnsteigerungs-Programme

- Alternativen, um Ergebnisse zu verbessern
- Programme zur Steigerung von Unternehmenserfolg und Profitabilität
- Nachhaltige Optimierung

Unternehmenswert

- Die Treiber des Unternehmenswerts
- Wie der Unternehmenswert gemessen wird
- Entwicklung eines Programms zur Steigerung des Unternehmenswerts
- Beeinflussungsmöglichkeiten und Grenzen

Umgang mit Banken und Finanzanalysten

- Wie beurteilen Bankenvertreter die Bonität und Kreditwürdigkeit ihrer Kunden?
- Anhand welcher Überlegungen qualifizieren Finanzanalysten börsenkotierte Firmen?

Management Information Systems

- Finanzwirtschaftliche Informationen und Kennzahlen für den Executive Manager
- Das Fact-book als Führungsinstrument
- Steuerungsmöglichkeiten im strategischen und operativen Finanzmanagement

SEMINARDATEN

1314 Teil 1: 04.–07.03.2024, Luzern
Teil 2: 18.–21.03.2024, Luzern
Teil 3: 08.–11.04.2024, St. Gallen

1324 Teil 1: 04.–07.03.2024, Luzern
Teil 2: 03.–06.06.2024, Luzern
Teil 3: 16.–19.09.2024, Horn/St. Gallen

1334 Teil 1: 04.–07.03.2024, Luzern
Teil 2: 19.–22.08.2024, Brunnen
Teil 3: 16.–19.09.2024, Horn/St. Gallen

1304 Teil 1: 10.–13.06.2024, St. Gallen
Teil 2: 19.–22.08.2024, Brunnen
Teil 3: 16.–19.09.2024, Horn/St. Gallen

1394 Teil 1: 10.–13.06.2024, St. Gallen
Teil 2: 07.–10.10.2024, St. Gallen
Teil 3: 25.–28.11.2024, St. Gallen

1344 Teil 1: 02.–05.09.2024, Davos
Teil 2: 07.–10.10.2024, St. Gallen
Teil 3: 25.–28.11.2024, St. Gallen

1364 Teil 1: 18.–21.11.2024, St. Gallen
Teil 2: 25.–28.11.2024, Luzern
Teil 3: 31.03.–03.04.2025, St. Gallen

Seminargebühr
CHF 14900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 510 92 93

GESCHÄFTSFÜHRER- UND CEO-PROGRAMM

Dauer: 2 × 4 Tage

Führungskräfte an der Spitze beschäftigen sich mit Fragen, die für nachgelagerte Ebenen erst in der Umsetzung relevant werden. Diesem Umstand wird dieses Top-Programm gerecht.

Das St. Galler Geschäftsführer- und CEO-Programm ist speziell für Führungskräfte mit grosser Verantwortung konzipiert:

- Mitglieder des Vorstands, Verwaltungsräte
- CEOs, CFOs, CxOs
- Mitglieder der Direktion oder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer
- Geschäftsführende Gesellschafter, Unternehmer
- Leiter/innen von bedeutenden Geschäftsbereichen und Business Units

TEIL 1: STRATEGISCHES MANAGEMENT

Im ersten Teil beschäftigen wir uns mit der aktiven Zukunftssicherung, dem Strategischen Management. Wir bieten neuestes Wissen, anhand vieler Praxisbeispiele erläutert. Dabei konzentrieren wir uns auf den Blickwinkel einer/eines Gesamtverantwortlichen: Was ist heute zu tun, um auch morgen – mit über durchschnittlicher Rentabilität – im Geschäft zu sein? Wo macht es Sinn, Mitarbeiter/innen in die Suche nach Antworten mit einzubeziehen und wo braucht es die Leitplanken von oben?

Themen ganzheitlicher Steuerung

- Konzeptionelle Grundlagen und Perspektiven des Strategischen Managements
- Systemisches Denken und Handeln im Management
- Oberste Führung in Abhängigkeit vom organisatorischen Reifegrad des Unternehmens

Leitplanken vorgeben

- Was von oben vorgegeben werden muss, um die Entwicklung des Unternehmens in die richtigen Geleise zu bringen
- Was von oben bewusst nicht vorgeschrieben werden sollte, um Eigeninitiative und Intrapreneurship nicht abzuwürgen
- Wie Leitplanken wirken: Praxisbeispiele

Strategische Ziele setzen

- Das strategische Zielsystem: Vorgaben und Leitplanken in konkrete Ziele überführen
- Strategische Ziele als Vorgabe: Ambitioniert und doch realisierbar

Strategische Stossrichtungen definieren

- Information als Basis jeder Strategie: Strategische Analyse und Diagnose
- Strategiefindung: Vorgehen zur Erarbeitung zukunftsweisender Unternehmens-, Geschäfts- und Funktionsstrategien
- Strategie-Implementierung: Die erfolgreiche Umsetzung von strategischen Konzepten
- Integrierte Unternehmensentwicklung: Verbindung von Strategiefindung, Strukturgestaltung und Fähigkeitsentwicklung

Strategisches Marketing: Erfolg am Markt

- Alternative Ansätze des ganzheitlichen und strategischen Marketings
- Neue Impulse für das Marketing der Zukunft
- Corporate Branding: Identität und Image des Unternehmens bewusst gestalten
- Die Person als «Marke», Personal Branding, Glaubwürdigkeit und Profilierung des Unternehmens durch Persönlichkeiten

Kommunikation

- Prinzipien menschlichen Verhaltens
- Die Gesetze wirkungsvoller Kommunikation
- Erkennen des eigenen Führungsverhaltens
- Kommunikation in Krisensituationen: Der richtige Umgang mit Medien und Anspruchsgruppen

Wertorientierte Unternehmensführung

- Finanzmanagement im Überblick
- Methoden zur Messung der Wertsteigerung
- Fallstricke und Grenzen

TEIL 2: FINANZEN

Teil 2 beinhaltet die zentralen Fragen des Finanzmanagements aus Sicht eines Executives: Themen wie finanzielle Steuerung, ehrgeizige finanzielle Ziele erreichen, Controlling aus strategischer Sicht. Zudem Themen wie Unternehmenswert steigern, Zukauf oder Verkauf von Firmen oder Unternehmensteilen, Financial Reengineering, Venture Capital für Start-ups, Vorbereitung eines Börsengangs, Investors Relations, Systeme zur finanziellen Steuerung.

Finanzmanagement für Executives

- Die finanzielle Steuerungsfunktion der Unternehmensleitung
- Finanzielle Ziele und Gesamtzusammenhänge
- Überdurchschnittliche Resultate bewirken

Management Information Systems

- Finanzwirtschaftliche Informationen und Kennzahlen für den Executive Manager
- Das Fact-book als Führungsinstrument
- Steuerungsmöglichkeiten im strategischen und operativen Finanzmanagement

Die Aussagekraft des Jahresabschlusses

- Analyse der Bilanz und Erfolgsrechnung/Gewinn- und Verlustrechnung für Executives
- Welche Kennzahlen erlauben welche Interpretationen? Wo sind die Grenzen der Aussagekraft?

Gewinnsteigerungs-Programme

- Alternativen, um Ergebnisse zu verbessern
- Programme zur Steigerung von Unternehmenserfolg und Profitabilität
- Nachhaltige Optimierung

Unternehmenswert

- Die Treiber des Unternehmenswerts
- Wie der Unternehmenswert gemessen wird
- Entwicklung eines Programms zur Steigerung des Unternehmenswerts
- Beeinflussungsmöglichkeiten und Grenzen

SEMINARDATEN

1214	Teil 1: 04.–07.03.2024, Luzern Teil 2: 08.–11.04.2024, St. Gallen
1224	Teil 1: 04.–07.03.2024, Luzern Teil 2: 16.–19.09.2024, Horn/St. Gallen
1204	Teil 1: 10.–13.06.2024, St. Gallen Teil 2: 16.–19.09.202, Horn/St. Gallen
1234	Teil 1: 02.–05.09.2024, Davos Teil 2: 16.–19.09.2024, Horn/St. Gallen
1244	Teil 1: 02.–05.09.2024, Davos Teil 2: 25.–28.11.2024, St. Gallen
1254	Teil 1: 18.–21.11.2024, St. Gallen Teil 2: 25.–28.11.2024, St. Gallen
1264	Teil 1: 18.–21.11.2024, St. Gallen Teil 2: 31.03.–03.04.2025, St. Gallen

Seminargebühr
CHF 10900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 510 92 93

ST. GALLER EXECUTIVE LEADER PROGRAMM

Dauer: 4 Tage und 3 Tage

Das 2-teilige St. Galler Executive Leader Programm richtet sich an Executives und Führungskräfte, die bereits umfassende Ergebnisverantwortung innehaben oder sich für eine Position im General Management vorbereiten wollen. In 2 Seminarteilen werden die Teilnehmer darauf vorbereitet, eine neue, verantwortungsvolle Führungsaufgabe zu übernehmen oder ihre bestehende Funktion systematisch mit neuem Wissen zu hinterlegen.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Executives, die Führung nicht nur als direkte Mitarbeiterführung, sondern auch als Gestaltung und Lenkung der Unternehmenssysteme verstehen.
- Führungskräfte, die auf eine Aufgabe mit bedeutender Ergebnisverantwortung vorbereitet werden sollen.
- General Manager, die ihre Führungsaufgabe systematisch überprüfen wollen.
- Verantwortliche zentraler Funktionen, die unternehmerisches Verständnis benötigen und in eine General Management Funktion aufrücken wollen.

TEIL 1

Das 4-tägige Executive Seminar beinhaltet wesentliche Themen der Führung und Steuerung aus Sicht von Top Management, General Management und Leiter/innen bedeutender Geschäftsfelder und Unternehmensbereiche. Sie lernen, mit welcher Form der Führung eine Organisation auf Erfolg ausgerichtet wird.

TEIL 2

Das 3-tägige Führungsseminar beinhaltet die heute besten Konzepte und Vorgehensweisen zur Führung von Mitarbeitenden und Teams.

NUTZEN

Executive Leadership bedeutet, eine Vielzahl von Menschen oder grösseren Gruppen zu gemeinsamen Resultaten zu führen. In diesem Top-Programm vermitteln wir den neuesten St. Galler Wissensstand zum Thema wirkungsvolle Unternehmensführung und motivierende Mitarbeiterführung.

THEMENSCHWERPUNKTE

General Management

- Der Weg zur unternehmerischen Verantwortung
- Rolle, Verantwortung und Führungsanspruch

Leitplanken setzen, Unternehmensentwicklung steuern

- Normative Vorgaben setzen
- Leitplanken als Weichenstellung
- Werte, Ethik und Moral von oben klarstellen
- Unternehmensziele setzen
- Das Zielsystem des General Managers
- Erwartete Resultate definieren

Strategisches Management

- Zukunftssicherung dank strategischem Management
- Schnelle Anpassung an Umfeldveränderungen
- Neue Realitäten selbst schaffen
- Nachgelagerte Führungsebenen mit strategischen Vorgaben dynamisieren

Die zentralen Fragen nachhaltiger Prosperität

- Wie sieht der Kunde der Zukunft aus?
- Welche neuen Technologien werden neuen Kundennutzen ermöglichen?
- Wo werden in Zukunft die rentablen Teile der Wertschöpfung sein?
- Wer werden unsere Wettbewerber sein und mit welchen Kernkompetenzen werden wir im Wettbewerb bestehen?
- In welche Zukunftsgeschäfte müssen wir heute investieren?
- Was bedeutet dies alles für die Priorisierung unseres Ressourceneinsatzes?

Die Innovations-Kraft führen

- Das Geschäft der Zukunft bestimmen
- Die Organisation innovationsfähig erhalten
- Business Development und Neugeschäfte vorantreiben

Die Rentabilität steigern

- Verankerung des Wachstums-, Rentabilitäts- und EBIT-Denkens im Unternehmen
- Befähigung einer Vielzahl von Mitarbeitenden, «Gewinn-Manager» in ihrem Bereich zu sein

Die richtigen Anreiz-Modelle

Führen einer Organisation heisst immer auch, die richtigen Anreizmodelle zu gestalten.

- Belohnung: Welche Leistungen, welches Verhalten und welche Resultate sollen besonders belohnt werden? In welcher Form?
- Sanktionen: Welche Sanktions-Möglichkeiten haben Executives und wie werden diese eingesetzt?

Vertrauen als Erfolgsfaktor

Vertrauen ist die Basis für eine wirkungsvolle Führung. Wer seinem Management-Team vertraut, kann delegieren, Selbstorganisation und Handlungsfreiheit zulassen, Kontrolle auf das Nötigste beschränken. Wie erarbeitet man sich eine «Vertrauenskultur» und steigert damit den Wirkungsgrad der eigenen Führung?

Leadership und Resultatorientierung

Andere für gemeinsame Ziele begeistern. Visionen vermitteln, daraus ehrgeizige Ziele ableiten und sicherstellen, dass das Feuer der Begeisterung im Geschäftsalltag nicht erlischt. Selbst Impulse geben. Überzeugen, machen, unterstützen, selbst Hand anlegen, wo es nötig ist. Mensch und Vorbild sein. Und bei all dem nie aus den Augen verlieren, was zählt: Resultate. Wir zeigen, wie Leaderqualitäten entwickelt und vertieft werden.

Führungsverhalten und Kommunikation

Wer neue Strategien und Konzepte umsetzen will, muss meist Einstellungen, Gewohnheiten und Verhalten von Mitarbeitenden und Kollegen verändern. Wie alle wissen: ein schwieriges Unterfangen. Change Management beginnt beim richtigen Führungsverhalten und zielgerichteter Kommunikation.

SEMINARDATEN

8014	Teil 1: 04.–07.03.2024, Luzern Teil 2: 05.–07.06.2024, Steckborn
8024	Teil 1: 04.–07.03.2024, Luzern Teil 2: 23.–25.10.2024, Brunnen
8004	Teil 1: 10.–13.06.2024, St. Gallen Teil 2: 23.–25.10.2024, Brunnen
8034	Teil 1: 02.–05.09.2024, Davos Teil 2: 23.–25.10.2024, Brunnen
8044	Teil 1: 18.–21.11.2024, St. Gallen Teil 2: 26.–28.02.2025, Wildhaus

Seminargebühr
CHF 8900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 510 92 93

MANAGEMENT & CHANGE

Dauer: 2 × 4 Tage

Das 2-teilige Seminar unterstützt Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Führungskräfte in ihrer General Management-Funktion und hilft ihnen, das Geschäft erfolgreich zu gestalten und zu führen.

Auch in Zeiten des Wandels gilt es den Überblick zu wahren und Entscheide ganzheitlich zu treffen. Das Seminar befähigt die Teilnehmenden, bei den wesentlichen Fragen der Unternehmensführung, die geeigneten Lösungsansätze zu finden und anzuwenden.

Im ersten Seminarteil liegt der Fokus auf den Elementen des General Managements: Strategie, Marketing, Finanzen und Leadership. Der zweite Seminarteil zeigt, wie Entscheidungen im Unternehmen umgesetzt werden und wie erfolgreiches Change Management funktioniert.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Unternehmerinnen und Unternehmer
- CEO, CxOs
- Leiterinnen und Leiter bedeutender Geschäftsbereiche
- Spezialisten und Senior Experts mit zukünftigem Führungsanspruch

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Der St. Galler Management-Ansatz

Komplexität zu meistern ist eine wichtige Führungsaufgabe. Der St. Galler Management-Ansatz ermöglicht, die Vielzahl von Themen zu ordnen, in ihrer Ganzheitlichkeit zu betrachten und so sicherzustellen, dass die Resultatorientierung nicht verloren geht. Der Einsatz des Management-Modells befähigt die Teilnehmenden auch innerhalb von Komplexität und Vielfalt die Umsetzungsstärke zu wahren und die Antriebskraft in vernetzen Situation zu entwickeln.

- Komplexität vs. unternehmerische Realität
- Ganzheitliche Führung
- Resultatorientierung und Umsetzungsstärke
- Die richtigen Entscheide treffen

Strategisches Management

Richtige strategische Entscheide sind der Nukleus für Unternehmenserfolg. Das Nichtbeherrschen dieser General Management-Aufgabe führt zu Misserfolg, zu unsicherer Zukunft für das Unternehmen, die Belegschaft und zu schleichendem manchmal auch sprunghaftem Verlust der Marktposition. Unter Berücksichtigung der Vorgaben, der Werte und der Vision gilt es eine Strategie zu entwickeln, welche die angestrebte Position des Unternehmens sichert. Das Erkennen des strategischen Handlungsbedarfs und der notwendigen Innovationen sind dabei wichtige Bestandteile der Zukunftssicherung.

- Die Elemente im Prozess des Strategischen Managements
- Den strategischen Handlungsbedarf erkennen
- Geschäftsmodell-Design im Zeitalter der Digitalisierung
- Strategische Optionen bewerten
- Strategien für eine erfolgreiche Zukunft formulieren

Marketing Management

Ohne Kunden kein Erfolg. Die besten Strategien und Business-Modelle erfordern eine erfolgreiche Umsetzung im Markt. Die gesetzten strategischen Ziele müssen in die Marketingkonzeption überführt werden. Denn Markterfolg erreicht nur, wer eine stringente Verbindung zwischen Strategie und Marketing erreicht.

- Differenzierung des Kundennutzen
- Die richtige Distanz zum Kunden als Erfolgsfaktor
- Den Kundennutzen hervorheben
- Die Marketingkonzeption entwickeln
- Vermarktungsstärke ausbauen und nutzen
- Der gezielte Einsatz von Online Marketing

Finanzmanagement

Ob börsenkotiert oder inhabergeführt, das Management ist stets mit den Erwartungen der Eigner aber auch der Banken und Analysten konfrontiert, den Unternehmenswert zu steigern. Letztendlich wir die Unternehmensführung anhand der erreichten Resultate beurteilt und bewertet. Der effiziente Umgang mit den Ressourcen ist dabei Treiber für die Cashflow-Entwicklung und den Gewinn.

- Finanzielle Führung und Ergebnissteigerung
- Gewinnmanagement
- Unternehmenswert steigern

Leadership

Führung als General Management-Aufgabe bedeutet nicht die Leitung eines Teilbereichs sondern die Berücksichtigung der Leadership-Verantwortung über die Hierarchieebenen hinweg. Wie kann das Führungsklima innerhalb des Unternehmens beeinflusst und die gesamte Mitarbeiterleistung gesteigert werden?

- Die Bausteine erfolgreicher Führung
- Effizientes und effektives Leadership
- Höchstleistungen fordern und fördern
- Führungsqualität aufbauen und ermöglichen

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Change Management

Neue oder angepasste Strategien führen zu neuen Zielen und Massnahmen. Meist bedeutet dies auch Veränderungen in den Strukturen, der Wertschöpfungskette und den Geschäftsmodellen. Neue Fähigkeiten werden gefordert, neue Prozesse implementiert, Teams verändert und die Informations- sowie Kommunikationssysteme angepasst. Diese Veränderungen erfordern Leadership.

- Die Aufgaben von Change Management
- Die Wirkung von Führung
- Persönliche und organisatorische Aspekte
- Die Implementierung begleiten
- Die Werkzeuge effektiver Führung
- Erkenntnisse aus der Praxis

Eine Führungskraft ist erst dann im Lead, wenn sie eine Strategieumsetzung bewusst steuern und gezielt in das System eingreifen kann, um so den Wandel zu ermöglichen.

- Aktuelle Trends und Entwicklungen im Change Management
- Konzept für ein erfolgreiches Change Management
- Implementierungs-Barrieren identifizieren
- Widerstand abbauen und entschärfen
- Das richtige Führungsverhalten

Wandel und Veränderungen führen zu Konflikten. Die Aufgabe der Führungskraft ist es, in diesen Situationen die richtige Vorgehensweise zu wählen und geeignete Massnahme zur Lösung des Konfliktes zu formulieren. In diesen kritischen Momenten ist die Führungskraft gefordert. Ihr Handeln ist entscheidend für den Erfolg von Change Management.

- Schwierige Führungssituationen meistern
- Die Wahl des situativ richtigen Führungsverhaltens
- Anreize schaffen, Erfolge feiern
- Kommunikation als kritischer Erfolgsfaktor

SEMINARDATEN

1614 Teil 1: 04.–07.03.2024, Hallwilersee
Teil 2: 15.–18.04.2024, Hallwilersee

1624 Teil 1: 24.–27.06.2024, Davos
Teil 2: 16.–19.09.2024, Eich

1634 Teil 1: 28.–31.10.2024, St. Gallen
Teil 2: 02.–05.12.2024, Luzern

1644 Teil 1: 28.–31.10.2024, St. Gallen
Teil 2: 07.–10.04.2025, Luzern

Seminargebühr
CHF 9800.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/16

ST. GALLER EXECUTIVE-WOCHE

Dauer: 4 Tage

Unternehmer, Topmanager und Führungskräfte des Executive Managements prägen das Unternehmen: Seine Vision, seine Strategie und Entwicklungsrichtung. Die Kultur, Kernkompetenzen und die Qualität des Führungsteams und der Mitarbeiter.

Sie legen damit die Basis für dauerhafte Wettbewerbsfähigkeit, Produktivität und für einen ständig steigenden und wertschöpfungsbegründenden Kundennutzen. Als Resultate ernten Sie zufriedene Kunden, motivierte Mitarbeiter, eine überdurchschnittliche Ertragskraft und nachhaltig steigenden Unternehmenswert.

Was einfach klingt, ist in Tat und Wahrheit das Resultat einer exzellenten Management-Arbeit. In diesem St. Galler Executive Seminar werden die wesentlichen Kernfragen der resultatorientierten Gesamtführung von hochkarätigen Dozenten präzise, wissenschaftlich untermauert und praxisnah behandelt.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Unternehmerinnen und Unternehmer
- Führungskräfte der obersten Ebenen
- Vorstände, CEOs, CFOs, Direktoren
- Mitglieder der Geschäftsleitung
- Geschäftsführer/innen, COOs
- Leiter/innen bedeutender Geschäftsbereiche und Business Units
- Mitglieder von Verwaltungs- und Aufsichtsräten, Beiräte

THEMENSCHWERPUNKTE

Kernfragen der resultatorientierten Gesamtführung

In St. Gallen, Boston und anderen Forschungs-Standorten beschäftigen sich zahlreiche Professoren, Forschende, Consultants und Dozenten mit der Frage nach dem richtigen Management-Ansatz und den erfolgversprechendsten Management-Theorien.

Die Kunst einer resultatorientierten Gesamtführung besteht darin, diese Methoden, empirischen Gesetze und Handlungsanleitungen der modernen Management-Lehre zu kennen und sie dann – anhand des eigenen, spezifischen Einzelfalls – kritisch zu hinterfragen.

Genau dafür wurde diese Executive-Woche von SMP konzipiert: Mit neuestem Management-Wissen und Erkenntnissen zu:

- Strategischem Management in einer VUCA- und BANI-Welt
- Customer Focus und Customer Centricity
- Executive Leadership und Kommunikation
- Modernem Finanzmanagement

Strategische Dominanz und operationelle Exzellenz

Möglichkeiten für strategische Dominanz gibt es in jeder Branche und für jede Firmengrösse, ob Konzern oder KMU, ob regional, national, international oder global. Ihre volle Kraft entfaltet sie dann, wenn sie im Einklang mit operationeller Exzellenz zum Einsatz gebracht wird. Nur wer «den grossen Wurf» des strategischen Denkens mit der «Liebe zum täglichen Detail» zu verbinden weiss, kann wirklich erfolgreich sein.

Die St. Galler Executive-Woche basiert auf langjähriger Erfahrung, wissenschaftlichen Forschungserkenntnissen und Langzeit-Beobachtungen. Jahrzehntelange Erfahrungen im Management Consulting und in der Begleitung von Unternehmen fliessen in das Seminar ein.

SEMINARDATEN

3414	04.–07.03.2024 Luzern
3404	10.–13.06.2024 St. Gallen
3424	02.–05.09.2024 Davos
3434	18.–21.11.2024 St. Gallen

Seminargebühr
CHF 5900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

GENERAL MANAGEMENT SEMINAR

Dauer: 4 Tage

Richtung zu geben, dies ist die oberste Aufgabe jeder Führungskraft in General Management Funktion, sei es im Unternehmen oder in einem Teilbereich.

Um dieser Aufgabe vollumfänglich gerecht werden zu können, benötigen Führungskräfte mit General Management Verantwortung fundierte Kenntnisse in allen Disziplinen der Managementlehre.
Sie müssen Strategien entwickeln und deren Umsetzung steuern. Es gilt, die finanziellen Aspekte der Unternehmensführung zu verstehen und gekonnt einzusetzen. Mitarbeitende und Teams sind zu führen. Geeignete Strukturen müssen geschaffen und eine positive Kultur im eigenen Verantwortungsbereich etabliert werden.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte in General Management-Funktionen, die ihr Wissen updaten wollen
- Leiter von Fachbereichen, Abteilungen oder Business Units
- Führungskräfte, die sich auf eine General Management Position vorbereiten möchten
- Verantwortliche für strategische Vorhaben und Änderungsprojekte
- Leitende Mitarbeitende aus Stabsbereichen mit Gestaltungs- und Entwicklungsaufgaben

THEMENSCHWERPUNKTE

Ganzheitliches und systemorientiertes Management

- Die Managementaufgabe ganzheitlich verstehen
- Normatives, strategisches und operatives Management aufeinander abstimmen
- Der Täuschung operativer Daten entrinnen
- Gewinne optimieren und die langfristige Überlebensfähigkeit sichern

Strategisches Management

- St. Galler Strategie-Konzept: Das strategische Planungsinstrumentarium zur Zukunftssicherung
- Der Prozess einer erfolgsorientierten Strategieentwicklung
- Wichtige Instrumente und Methoden des strategischen Managements
- Best Practice: Erfolgreiche Strategieansätze in unterschiedlichen Branchen
- Neue Geschäftsmodelle auf dem Prüfstand

Marketing-Management

- Kundennutzen und Kundennähe
- Strategische Positionierung und Preis-Leistungs-Konzept
- Marktbearbeitung und Verkauf
- New Marketing

Finanzmanagement

- Die Steuerungsinstrumente der ergebnisverantwortlichen Führungskraft
- Finanzkennzahlen: Interpretation und Beeinflussbarkeit
- Vorausschauendes Financial Engineering und alternative Finanzierungsstrategien

Finanzielle Führung

- Instrumente und Methoden der finanziellen Unternehmensführung
- Varianten und Massnahmen zur Ergebnisverbesserung
- Controlling-Instrumente und -Prozesse
- Planung und Umsetzung von Rentabilitäts-Steigerungsprogrammen

Mitarbeiterführung

- Der Faktor Mensch: Optimieren der Mitarbeiterleistung bei gleichzeitig hoher Arbeitszufriedenheit
- Leadership: Dank Selbstorganisation unternehmerische Qualitäten fördern
- Mitarbeitende coachen und entwickeln
- Systeme: Zielsetzungs-, Beurteilungs- und Vergütungssysteme dynamisieren
- Führungsverhalten in kritischen Situationen

SEMINARDATEN

3814 04.–07.03.2024 Hallwilersee

3824 24.–27.06.2024 Davos

3834 28.–31.10.2024 St. Gallen

Seminargebühr
CHF 4900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/38

DIGITAL BUSINESS AGILITY

Dauer: 4 Tage

Mit der Frage, wie die Chancen und Möglichkeiten der Digitalisierung genutzt werden können, beschäftigt sich eine Vielzahl von Unternehmen. Der digitale Wandel hat Branchen verändert und neue Wettbewerber in den Markt eintreten lassen. Diese Auswirkungen sind im Unternehmen spürbar und verlangen nach neuen Ansätzen und Lösungen. Digital Leadership ist gefragt, welches alte Geschäftsmodelle und Unternehmenspraktiken mit den neuen Erfolgsmodellen der digitalen Welt verbindet und dadurch erfolgreich die Geschäftstransformation vollzieht und das Unternehmen in die Zukunft begleitet.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Geschäftsleitung, Vorstand
- Führungskräfte aus allen Bereichen, welche die Digital Business Transformation im Unternehmen vorantreiben möchten.
- Verantwortliche für strategische Vorhaben und Änderungsprojekte
- Leitende Mitarbeitende aus Stabsbereichen mit Gestaltungs- und Entwicklungsaufgaben

THEMENSCHWERPUNKTE

Elemente der Digitalisierung

- Digital Business und digitale Ökosysteme
- Veränderungen und Entwicklungen in der digitalen Welt; Digital Readiness
- Technologietrends und ihre Anwendungsmöglichkeiten
- Erkennen von neuen Technologie, die Einfluss auf das Unternehmen haben werden
- Smart vs. Big Data, Internet of Things

Digital Business Transformation

- Neue digitale Geschäftsmodelle in bestehenden Firmen
- Die Geschäftsmodelle und Plattformen erfolgreicher Digital Leaders
- Tools & Methoden zur Analyse des eigenen Produktportfolios
- Anpassung der Strukturen und Prozessen zur Nutzung von digitalen Chancen und Reduktion von digitalen Gefahren
- Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, neuer Produkte oder Dienstleistungen als Teil des bestehenden Angebots

Digital Marketing & Social Media

- Online Marketing Strategie
- Branding, Content und Kundenbindung
- Absatz und Erfolgsmessung
- Framework zu Customer Journey
- Multichannel Management
- Social Web; Optimierung des Kommunikationsmix
- Social Media Strategie

Digital Leadership

- Förderung einer digitalen Unternehmenskultur
- Agile Management
- Unterstützung des digitalen Wandels
- Change Management
- Einbindung der Kunden, aktuellen und zukünftigen Mitarbeitern und weiteren Stakeholder durch Nutzung des Social Webs

SEMINARDATEN

1714 08.–11.04.2024
Luzern

1724 11.–14.11.2024
St. Gallen

Seminargebühr
CHF 5500.–*
(zzgl. 8.1% MWST))

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/17

MANAGEMENT PROGRAMME

24 St. Galler Junior Management Programm
26 Management Programm St. Gallen
28 St. Galler Betriebswirtschafts-Lehrgang
30 Managementkompetenz für Nachwuchskräfte
31 Management Summer School
32 Finanzielle Führung & Leadership

ST. GALLER JUNIOR MANAGEMENT PROGRAMM

Dauer: 3 × 4 Tage

Das St. Galler Junior Management Programm vermittelt aufstrebenden Führungskräften die Fähigkeiten und Instrumente, welche sie benötigen, um alte und neue Managementaufgaben vollumfänglich wahrnehmen zu können.

Erfolgreiches Management basiert immer auf der Bewältigung externer Anforderungen durch die optimale Nutzung interner Fähigkeiten und Kompetenzen. Dies gilt von der Führung der eigenen Person bis hin zur strategischen Ausrichtung von Abteilungen, Bereichen und des gesamten Unternehmens.

Um diese Herausforderung erfolgreich meistern zu können, müssen Führungskräfte einerseits in der Lage sein, die externen Anforderungen des Marktes in all ihren Zusammenhängen und Details genau zu verstehen. Andererseits ist es aber genauso wichtig, sich der eigenen Ressourcen, Kompetenzen und Prozesse bewusst zu sein, welche zur Lösung des Problems dienen sollen, und diese effektiv und effizient einsetzen zu können.

Genau dieser Logik der Bewältigung externer Herausforderungen durch effektiven Einsatz aller Ressourcen folgt dieses Seminar. Es legt damit den Grundstein für ein systemisches Verständnis modernen Managements in all seinen Facetten und Themengebieten.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Aufstrebende Führungs- und Fachkräfte in einer frühen Phase ihres Karriereweges, welche aber bereits über mehrere Jahre erfolgreich in ihrem Fachbereich tätig waren.
- Leiter von Geschäftsbereichen, Profit Centers oder Produktgruppen, welche für neue Aufgaben mit erweitertem Kompetenzbereich vorgesehen sind.
- Abteilungsleiter, funktionale Leiter und Führungsverantwortliche ohne direkte Ergebnisverantwortung, die jedoch eine wesentliche Führungsaufgabe zu erbringen haben.
- Stabsmitarbeiter und Projektverantwortliche, die aufgrund ihrer Koordinationsaufgabe die betriebswirtschaftlichen Gesamtzusammenhänge intensiver kennen möchten.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Teil 1 des Seminars befasst sich mit den zentralen Themen ganzheitlicher und marktorientierter Unternehmensführung:

- Welche Aspekte sind zu berücksichtigen, damit ein Unternehmen langfristig erfolgreich im Wettbewerb bestehen kann?
- Wie werden Strategien entwickelt, umgesetzt und – wenn nötig – an neue Herausforderungen angepasst?
- Welche Mittel und Instrumente gibt es, um die eigene Leistung erfolgreich am Markt zu positionieren?

Ganzheitliches Denken im Management

- Das Unternehmen und sein Umfeld
- Steuerungsfaktoren für Erfolg
- Unternehmenspolitik und Unternehmenskultur
- Wesen und Bedeutung der Unternehmenspolitik
- Corporate Identity
- Unternehmenskultur
- Leitbild und Leitidee

Strategisches Management

- Philosophie, Instrumente und Methoden des strategischen Managements
- Vorgehen zur Erarbeitung der Unternehmensstrategie, der Geschäftsbereichs- und der funktionalen Strategien
- Instrumente des strategischen Controllings

Organisation und Führungsstrukturen

- Vorgehen bei der Gestaltung von marktgerechten Organisationsstrukturen
- Geschäftsgliederung und Bildung von Business Units
- Anforderungen an effizienzfördernde Strukturen und Abläufe
- Die Hochleistungsorganisation

Marketing

- Von der Kundenorientierung zur aktiven Steuerung der Kundenzufriedenheit
- Bausteine eines Marketing-Konzepts
- Techniken zur Steigerung des Markterfolgs
- Online Marketing

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Mitarbeiterführung, Leadership und Kommunikation

- Welche Instrumente und Methoden zur erfolgreichen Führung und Steuerung der wichtigsten Ressource Humankapital kennt die moderne Managementlehre?
- Wie muss in unterschiedlichen Situationen kommuniziert werden, um Missverständnisse und Konflikte zu vermeiden und die gesteckten Ziele zu erreichen?
- Wie müssen Leadership und Teamführung eingesetzt werden, um auch kritische Situationen und Veränderungsprozesse erfolgreich zu meistern?

Human Resources Management

- Mitarbeiter/innen als wichtigster Erfolgsfaktor
- Die Elemente eines modernen Human Resources Management
- Strategisches Personal Management

Gesprächsführung

- Kommunikation im Führungsprozess
- Einstellungs-, Zielsetzungs-, Leistungs-, Beurteilungs- und Gehaltsgespräche
- Gespräche zur Veränderung des Mitarbeiterverhaltens

Führungsmethoden

- Führungsmethoden der effektiven Führungskraft
- Die persönliche Arbeitstechnik auf dem Prüfstand
- Nutzen einer optimierten Entscheidungsmethodik
- Führen mit Zielen, Gestaltung und Durchführung
- Die eigene Führungsleistung optimieren

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 3

Finanzmanagement, Controlling und Ergebnissteuerung

- Welches sind die grundlegenden Zielgrössen und Instrumente der finanziellen Steuerung?
- Wie können Kennzahlen erfolgreich eingesetzt und richtig interpretiert werden?
- Welche Methoden des modernen Controllings ermöglichen eine effiziente Steuerung und ein erfolgreiches Gewinnmanagement auch bei veränderten Rahmenbedingungen?

Finanzielle Führung

- Das finanzwirtschaftliche Konzept
- Das finanzielle Rechnungswesen
- Steuerung der finanzwirtschaftlichen Schlüsselfaktoren Liquidität, Rentabilität, Finanzierung
- Kostenrechnung

Management-Erfolgsrechnung

- Das finanzwirtschaftliche Führungsinstrumentarium
- Führung mit Kennzahlen

Planung und Budgetierung

- Planung und Budgetierung im dynamischen Unternehmen
- Umgang mit Planabweichungen

Modernes Finanzmanagement

- Bilanzanalyse und Kennzahlenauswertung
- Finanzplanung
- Finanzierungsinstrumente
- Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen

SEMINARDATEN

2034	Teil 1: 11.–14.03.2024, Wildhaus Teil 2: 22.–25.04.2024, St. Gallen Teil 3: 17.–20.06.2024, Wildhaus
2044	Teil 1: 22.–25.04.2024, Brunnen Teil 2: 01.–04.07.2024, Brunnen Teil 3: 19.–22.08.2024, St. Gallen
2054	Teil 1: 22.–25.04.2024, Brunnen Teil 2: 09.–12.09.2024, Brunnen Teil 3: 23.–26.09.2024, Davos
2064	Teil 1: 02.–05.09.2024, Davos Teil 2: 14.–17.10.2024, Hallwilersee Teil 3: 04.–07.11.2024, Davos
2074	Teil 1: 04.–07.11.2024, Hallwilersee Teil 2: 18.–21.11.2024, Horn/St. Gallen Teil 3: 20.–23.01.2025, Wildhaus
2084	Teil 1: 04.–07.11.2024, Hallwilersee Teil 2: 20.–23.01.2025, Hallwilersee Teil 3: 07.–10.04.2025, Brunnen

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

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/20

MANAGEMENT PROGRAMM ST. GALLEN

Dauer: 19 Tage in 5 Teilen

Umfassendes General Management Programm mit den Themenschwerpunkten: ganzheitliche Unternehmensführung, strategisches Management, Marketing, finanzielle Steuerung, Leadership und Verhandlung. Die Teilnehmenden werden befähigt, grössere Verantwortung im Unternehmen zu übernehmen und sich den Zusammenhängen in der Unternehmensführung bewusst zu werden.

Selten erhalten Führungskräfte die Möglichkeit in ihrem Werdegang von Anfang an Einsicht in alle Themenfelder des General Managements zu erhalten. Das Management Programm St. Gallen soll diese Lücke schliessen und sowohl einen Überblick wie auch eine Vertiefung in die einzelnen Felder der Unternehmensführung liefern. Im Vordergrund stehen dabei Ansätze, Methoden und Tools, welche sich von den Teilnehmenden direkt in der Praxis anwenden lassen.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte, die als Leiter eines Geschäftsbereichs, Profit Centers oder einer Produktgruppe Ergebnisverantwortung innehaben
- Abteilungsleiter, funktionale Leiter und Spezialisten ohne direkte Ergebnisverantwortung, die jedoch eine wesentliche Führungsaufgabe erbringen
- Führungskräfte mit General Management-Fokus
- Junior Manager, die sich für eine höhere Aufgabe vorbereiten wollen
- Stabsmitarbeiter und Projektverantwortliche, die aufgrund ihrer Koordinationsaufgabe die betriebswirtschaftlichen Gesamtzusammenhänge intensiver kennenlernen möchten

TEIL 1: GANZHEITLICHE UNTERNEHMENSFÜHRUNG UND STRATEGISCHES MANAGEMENT

Der Programmeinstieg zeigt die Zusammenhänge einer ganzheitlichen Unternehmensführung auf und erläutert, wie die daraus gewonnenen Erkenntnisse in den Gestaltungsprozess der Strategieentwicklung überführt und marktorientierte Strategien erarbeitet werden können.

- Das ganzheitliche St. Galler Management-Modell
- Ganzheitliches Denken im Management
- Der St. Galler Strategie-Ansatz
- Von der Analyse zur Strategieformulierung
- Einführung in die Bausteine eines Marketing-Konzepts

TEIL 2: MARKETING MANAGEMENT

Im Vordergrund des Marketings steht die Verankerung eines markt- und kundenorientierten Denkens. Das Seminar zeigt, wie Marketing zum Erfolgsfaktor für das Unternehmen werden kann.

- Das St. Galler Marketingkonzept
- Erarbeiten von Marktanalysen: Vorgehen, Methoden, Beispiele
- Marketingstrategien mit hoher Erfolgswahrscheinlichkeit
- Konzeptionelle Vorgehensweise der Marktbearbeitung
- Marketingplanung und Massnahmenplan
- Corporate Brand Image und Corporate Identity

TEIL 3: FINANZIELLE STEUERUNG UND CONTROLLING

Um die Zusammenhänge im Finanz- und Rechnungswesen zu erkennen, bedarf es einer Schärfung des Wissens über die wichtigsten Instrumente der finanziellen Führung. Ein erfolgreicher Manager sollte die Lenkung des Unternehmens anhand von Kennzahlen beherrschen und deren Potential verstehen.

- Die finanzwirtschaftliche Führungsaufgabe im Rahmen einer ganzheitlichen Unternehmensführung
- Die finanzielle Steuerung von Wachstum, Liquidität und Rentabilität
- Einblick in die Bausteine des Finanz- und Rechnungswesens
- Die finanzielle Planung und Steuerung
- Führen mit Kennzahlen; Frühwarnsysteme

TEIL 4: LEADERSHIP UND MITARBEITERFÜHRUNG

Die heutige Führungskraft ist gefordert. Zum einen steigt der Druck auf Resultate, zum anderen wird ein individuelles, inklusives Leadership einverlangt. Die Kunst ist es zu verstehen, welche Grundlagen der Kommunikation, Motivation und Führungstheorie dem heutigen Leader helfen, in den diversen Führungssituationen, souverän zu agieren.

- Das St. Galler Führungsmodell
- Erkenntnisse der modernen Führungslehre
- Mitarbeiterpotentiale erkennen und fördern
- Führungssituationen gestalten: Tools, Methoden und Ansätze
- Führungsverhalten in kritischen Situationen

TEIL 5: KOMMUNIKATION UND VERHANDLUNG

Verhandlungssituationen sind ein wichtiger Bestandteil des beruflichen Lebens und Erfolgs. Ob bei Kleinigkeiten oder fundamentalen Entscheiden sollte jeder sich seinem eigenen Gesprächsverhalten bewusst werden. Auch in schwierigen Situationen gilt es eine positive Grundstimmung zu erzeugen, um so das eigene Anliegen dursetzen zu können.

- Zwischenmenschliche Kommunikation
- Kommunikation und Rhetorik in Verhandlungssituationen
- Resultatorientierung in Verhandlungen
- Überzeugen ohne Überwerfung

SEMINARDATEN

2734
Teil 1: 11.–14.03.2024, Wildhaus
Teil 2: 08.–11.04.2024, Hallwilersee
Teil 3: 17.–20.06.2024, Wildhaus
Teil 4: 09.–12.09.2024, Brunnen
Teil 5: 04.–06.11.2024, Luzern

2744
Teil 1: 22.–25.04.2024, Brunnen
Teil 2: 02.–05.09.2024, St. Gallen
Teil 3: 23.–26.09.2024, Davos
Teil 4: 14.–17.10.2024, Hallwilersee
Teil 5: 04.–06.11.2024, Luzern

2754
Teil 1: 22.–25.04.2024, Brunnen
Teil 2: 02.–05.09.2024, St. Gallen
Teil 3: 04.–07.11.2024, Davos
Teil 4: 20.–23.01.2025, Hallwilersee
Teil 5: 31.03.–02.04.2025, Hallwilersee

2764
Teil 1: 02.–05.09.2024, Davos
Teil 2: 25.–28.11.2024, Horn/St. Gallen
Teil 3: 20.–23.01.2025, Wildhaus
Teil 4: 24.–27.03.2025, St. Gallen
Teil 5: 07.–09.07.2025, Eich

Seminargebühr
CHF 17900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 510 92 93

ST. GALLER BETRIEBSWIRTSCHAFTS-LEHRGANG

Dauer: 2 × 4 Tage

Der St. Galler Betriebswirtschafts-Lehrgang vermittelt in intensiver Form das aktuelle betriebswirtschaftliche und führungsmässige Wissen, das heute für jede erfolgreiche Führungs- und Stabstätigkeit Voraussetzung ist.

In 2 Blockseminaren behandeln Referenten aus Lehre und Praxis die Inhalte der wesentlichen betriebswirtschaftlichen Fachdisziplinen umfassend und in verständlicher Form. Anhand aktueller Praxisbeispiele werden die Teilnehmer/innen mit den Grundsätzen, Methoden und Instrumenten vertraut gemacht, die den Unternehmenserfolg massgeblich beeinflussen. Im Vordergrund steht neben der Wissensvermittlung die unmittelbare Umsetzung des Gelernten in die Praxis: Daher wird der Lernstoff nicht bloss referiert, sondern mittels Gruppenarbeiten und Fallstudien eingeübt.

Der Lehrgang orientiert sich am Aufbau und Inhalt des St. Galler Management Modells und dem systemtheoretischen Ansatz der Betriebswirtschaftslehre. Alle Referenten «sprechen die gleiche Sprache» und stellen ihr Fachgebiet aus ganzheitlicher Sichtweise dar.

Besondere Berücksichtigung finden insbesondere auch Themen, die erst seit kurzem Eingang in die Betriebswirtschaftspraxis gefunden haben.

METHODIK UND SEMINARABLAUF

Lehrmethoden

Die Stoffvermittlung basiert auf aktiven Lehrmethoden, die in abwechselnder Form zum Einsatz gelangen: gesteuerte Lehrgespräche, Fallstudien, Gruppenarbeiten, Einzelpräsentationen und Rollenspiele.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Junge Führungskräfte und Stabsmitarbeiter, die eine systematische betriebswirtschaftliche Aus- und Weiterbildung suchen.
- Aufsteiger aus dem technischen oder kaufmännischen Bereich, die solide betriebswirtschaftliche Kenntnisse benötigen.
- Ingenieure, Techniker, Juristen usw., die sich Wissen über ihr Fachgebiet hinaus aneignen wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Grundlagen der Unternehmensführung

- Betriebswirtschaft im Überblick
- Die Steuerungsmöglichkeiten eines Unternehmens
- Das St. Galler Managementkonzept
- Systemtheorie, Managementsysteme und Führungskonzepte
- Zusammenhänge und Wirkungsfaktoren der modernen Unternehmensführung

Unternehmenspolitik und Strategisches Management

- Das Unternehmen und sein Umfeld
- Entwicklung von Unternehmenszielen, -grundsätzen und -visionen
- Unternehmenskultur und -philosophie
- Elemente einer Strategie
- Analysen und Methoden zur Strategieformulierung und -umsetzung

Unternehmensorganisation
- Aufbau- und Ablauforganisation
- Organisationsmethodik
- Neue Organisationsformen

Unternehmens-Umfeld
- Kundenbedürfnisse und Kundenorientierung
- Lieferanten als Partner
- Shareholder-Logik und Eigner-Strategie
- Die Bedeutung der Öffentlichkeit

Marketing Management
- Marktforschung, Marketing-Analyse
- Das Marketing-System: Produkt-, Markt- und Absatzpolitik
- Marketing-Strategien, Marketing-Mix
- Steuerung der Verkaufsleistung
- Online Marketing

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Der zweite Teil ist dem Thema «finanzielle Führung» und «aktive Beeinflussung von Produktivität, Kosten und Effektivität» gewidmet.

Finanz- und Rechnungswesen
- Finanzwirtschaftliche Grundlagen: die Bedeutung von Cashflow, Rentabilität und Liquidität
- Formen der Finanzierung
- Bilanz und Erfolgsrechnung
- Kostenrechnungssysteme
- Kennzahlensysteme und deren Aussagekraft
- Kapitalflussrechnung

Controlling und Investitionsrechnung
- Grundriss der Investitionsrechnung
- Controlling als Führungsinstrument
- Berichtswesen, Management-reports
- Controlling-Verantwortung der Führungskraft

Planung und Budgetierung
- Aufbau und Logik der Planung
- Richtig budgetieren
- Abweichungen erkennen, Korrekturmassnahmen
- Ergebnisse planen, finanzielle Ziele erreichen

SEMINARDATEN

2224 Teil 1: 11.–14.03.2024, Wildhaus
Teil 2: 08.–11.04.2024, Eich

2234 Teil 1: 11.–14.03.2024, Wildhaus
Teil 2: 17.–20.06.2024, Wildhaus

2244 Teil 1: 22.-25.04.2024, Brunnen
Teil 2: 17.–20.06.2024, Wildhaus

2254 Teil 1: 22.–25.04.2024, Brunnen
Teil 2: 19.–22.08.2024, St. Gallen

2264 Teil 1: 02.–05.09.2024, Davos
Teil 2: 23.–26.09.2024, Davos

2274 Teil 1: 02.–05.09.2024, Davos
Teil 2: 04.–07.11.2024, Davos

2284 Teil 1: 04.–07.11.2024, Hallwilersee
Teil 2: 20.–23.01.2025, Wildhaus

Seminargebühr
CHF 7900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

MANAGEMENTKOMPETENZ FÜR NACHWUCHSKRÄFTE

Dauer: 2 × 4 Tage

Dieses anspruchsvolle Management-Programm richtet sich an aufstrebende Führungskräfte, welche ihr Wissen und ihre Kompetenz in den Bereichen strategisches Management, Marketing und Mitarbeiterführung gezielt ausbauen möchten.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Junge Führungs-, Fachkräfte und Stabsmitarbeiter, die eine systematische höhere betriebswirtschaftliche Aus- und Weiterbildung suchen.
- Aufsteiger aus dem technischen oder kaufmännischen Bereich, die solides Betriebswirtschafts-Wissen benötigen.
- Ingenieure, Techniker, Juristen usw., die sich Wissen über ihr Fachgebiet hinaus aneignen wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Grundlagen der Unternehmensführung

- Die Steuerungsmöglichkeiten eines Unternehmens
- Das St. Galler Management-Konzept
- Systemtheorie, Management-Systeme und Führungskonzepte

Unternehmenspolitik und strategisches Management

- Das Unternehmen und sein Umfeld
- Entwicklung von Unternehmens-zielen, -grundsätzen und -visionen
- Analysen und Methoden zur Strategieformulierung und -umsetzung

Unternehmensorganisation

- Organisationsmethodik
- Neue Organisationsformen

Marketing Management

- Marktforschung, Marketing-Analyse
- Das Marketing-System: Produkt-, Markt- und Absatzpolitik
- Marketing-Strategien, Marketing-Mix
- Steuerung der Verkaufsleistung
- Online Marketing

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Führungserfolg

- Elemente erfolgreicher Führung
- Fokussierung der Führung auf die zentralen Stellgrössen
- Strategische Anreizsysteme als Motivationsspritze

Führungskräfte

- Führen statt ausführen: Der Aufbau von leistungsstarken Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern
- Ziele vereinbaren, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern, Leistung beurteilen
- Mitarbeiterpotenziale erkennen und entwickeln

Kommunikation als Führungsaufgabe

- Grundlagen und Gesetze zielgerichteter Kommunikation
- Der richtige Umgang mit kritischen Gesprächssituationen
- Überzeugungskraft und Verhandlungsgeschick

Führungsmethoden und Führungstechniken

- Der richtige Einsatz von Arbeitstechnik, Entscheidungsmethodik und Kreativitätstechniken
- Zielorientierte Gesprächsführung

SEMINARDATEN

2334
Teil 1: 11.–14.03.2024 Wildhaus
Teil 2: 22.–25.04.2024 St. Gallen

2354
Teil 1: 22.–25.04.2024 Brunnen
Teil 2: 01.–04.07.2024 Brunnen

2364
Teil 1: 22.–25.04.2024 Brunnen
Teil 2: 09.–12.09.2024 Brunnen

2384
Teil 1: 02.–05.09.2024 Davos
Teil 2: 14.–17.10.2024 Hallwilersee

2394
Teil 1: 04.–07.11.2024 Hallwilersee
Teil 2: 18.–21.11.2024 Horn/St. Gallen

2304
Teil 1: 04.–07.11.2024 Hallwilersee
Teil 2: 20.–23.01.2025 Hallwilersee

Seminargebühr
CHF 7900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

MANAGEMENT SUMMER SCHOOL

Dauer: 17 Tage auf 4 Wochen verteilt

Die St. Galler Management Schule in kompakter Form. Ein 4-wöchiges Programm für High Potentials, Middle Management und Spezialisten vor dem Sprung in eine General Management-Rolle. Intensive, praxiserprobte Weiterbildung mit aktuellem Wissen und der St. Galler Management Lehre als Grundlage und Orientierung. Durchgeführt in unserem Studiencampus in St. Gallen.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Ganzheitliche Unternehmensführung und Strategisches Management

Verantwortung kann nur übernehmen, wer die Fähigkeit entwickelt, Zusammenhänge zu erkennen, einzuordnen und für den Unternehmenserfolg abzuleiten.

- Das ganzheitliche St. Galler Management-Modell
- Gründe für unternehmerischen Erfolg
- Strategisches Management
- Strategieentwicklung und Formulierung
- Strategische Initiativen ableiten

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Marketing

Ob analog, digital, Multi- oder Omnichannel – das Marketing steht vor der Aufgabe den richtigen Mix der Kundenansprache zu finden. Hierfür braucht es eine Kombination der klassischen Marketing-Instrumenten und der digitalen Möglichkeiten, um eine kundenorientierte Strategie zu entwickeln und umzusetzen.

- Marktanalyse, Kundenanalyse, Customer Centricity
- Erarbeiten und Planen von Marketing-Strategien
- Markt-, Produkt- und Verkaufskonzept

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 3

Finanzielle Steuerung und Controlling

Durch die Digitalisierung erhöht sich die Verfügbarkeit von Zahlen und Informationen, doch was wird gemessen? Wie kann Erfolg bewusst gesteuert werden und welche Voraussetzung müssen dafür geschaffen werden?

- Ziel und Rolle von finanzieller Steuerung und Controlling
- Bilanzen verstehen und interpretieren
- KPIs wie Cash Flow, EBIT, ROI, ROS u.a. berechnen und beurteilen
- Zukunftsorientiertes Controlling durch Planung und Budgetierung

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 4

Leadership und Mitarbeiterführung

Die Leadership-Rolle bewusst wahrnehmen. Welchen Führungsstil ist gefordert? Welche Art wird von einem selbst bevorzugt? Welche Rolle spielt die Kommunikation als Führungsinstrument? Wie können Mitarbeiter motiviert werden und selbst in schwierigen Situationen ein positives Führungsverhalten an den Tag gelegt werden?

- Führung als Erfolgsfaktor
- Analyse des eigenen Führungsverhalten
- Die Rolle als Führungskraft
- Kommunikation und Motivation als Instrumente der Führung
- Anspruchsvollen Führungssituationen meistern

SEMINARDATEN

2614

Teil 1: 03.–06.06.2024
St. Gallen
Teil 2: 17.–20.06.2024
St. Gallen
Teil 3: 24.–27.06.2024
St. Gallen
Teil 4: 02.–05.09.2024
St. Gallen

Seminargebühr
CHF 13000.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

FINANZIELLE FÜHRUNG & LEADERSHIP

Dauer: 2 × 4 Tage

Auch Non-Executive Führungskräfte müssen täglich eine Vielzahl von Entscheidungen fällen. Diese Entscheidungen können finanzielle oder personelle Konsequenzen haben. Das Seminar liefert praxisorientiert das notwendige Wissen, Methoden und Techniken, um in Führungssituationen die richtige Lagebeurteilung vornehmen zu können.

Zur richtigen Entscheidungsfindung bedarf es der Berücksichtigung vieler Faktoren. Auf welcher Grundlage werden Entscheide gefällt? Welche finanziellen Kennzahlen, Kalkulationen und Analysen helfen, eine Situation zu beurteilen und die Auswirkungen auf den Erfolg abzuschätzen? Wie können Mitarbeitende motiviert werden, die gesteckten Ziele zu erreichen? Welcher Führungsansatz führt zum Erfolg? Diese und weitere Fragen werden im 2-teiligen Seminar beantwortet. Das neue Wissen soll die Teilnehmenden (Business Unit Manager, Abteilungs-, Teamleiter sowie Fach- und Führungskräfte, die sich auf solche Positionen vorbereiten wollen) befähigen, Führungsverantwortung zu übernehmen, bewusst Entscheide zu fällen und gemeinsam mit den Mitarbeitenden die gesteckten Ziele zu erreichen.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Finanzielle Führung
- Die finanziellen Aspekte einer ganzheitlichen Unternehmensführung
- Das magische Dreieck der finanzielle Führung: Liquidität, Rentabilität und Wachstum steuern
- Auswirkungen des Shareholder-Value Ansatzes auf die finanzielle Führung

Die wichtigsten Bestandteile des Finanz- und Rechnungswesens
- Bilanz und Erfolgsrechnung (GuV)
- Mittelflussrechnung, Liquiditätssteuerung
- Cashflow, Gewinn und Rentabilität
- Deckungsbeitragsrechnung
- Kalkulation und Preisgestaltung
- Investitionen planen

Finanzielle Entscheidung treffen und planen
- Gewinnmanagement
- Risikoanalysen mit Break-even-Modellen
- Budgetierungsansätze
- Outsourcing- und Make-or-buy-Entscheidungen beurteilen
- Massnahmen formulieren zur Erreichung von Rentabilitätszielen

Controlling
- Steuerung mittels Kennzahlen
- Die Management-Erfolgsrechnung

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Das St. Galler Führungsmodell
- Mitarbeiterführung als kritischer Erfolgsfaktor im St. Galler Management-Ansatz
- Einflussfaktoren und Wirkungsgefüge auf die Führungssituation
- Den Raum für Spitzenleistungen schaffen
- Authentisch und effektiv führen – situativ reagieren

Personal entwickeln und befähigen
- Verantwortung übertragen: Entwicklung von Leistungsträgern
- Fähigkeiten der Mitarbeiter fördern – Leistungen fordern
- Ziele der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter festlegen und die Voraussetzungen für Erfolg schaffen
- Freiheiten gewähren und Selbstorganisation erlauben

Elemente der Mitarbeiterführung
- Methoden und Instrumente zur Unterstützung der Führung
- Anreizsysteme schaffen – Motivation steigern
- Veränderungen aktiv begleiten

Leadership
- Souveränes Führungsverhalten in kritischen Situationen
- Motivation und Einsatz fordern und fördern

SEMINARDATEN

2544
Teil 1: 08.–11.04.2024 Eich
Teil 2: 01.–04.07.2024 Brunnen

2554
Teil 1: 17.–20.06.2024 Wildhaus
Teil 2: 09.–12.09.2024 Brunnen

2564
Teil 1: 19.–22.08.2024 St. Gallen
Teil 2: 14.–17.10.2024 Hallwilersee

2574
Teil 1: 23.–26.09.2024 Davos
Teil 2: 14.–17.10.2024 Hallwilersee

2584
Teil 1: 23.–26.09.2024 Davos
Teil 2: 18.–21.11.2024 Horn/St. Gallen

2504
Teil 1: 04.–07.11.2024 Davos
Teil 2: 20.–23.01.2025 Hallwilersee

Seminargebühr
CHF 7900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs)

LEADERSHIP

34 St. Galler Executive Leadership-Woche
35 Führungskompetenz für Executives
36 Leadership Programm für Executives
37 Führung 360°
38 St. Galler Führungs-Programm
39 Change Management
40 Mitarbeiterführung und Leadership
41 Leader-Qualitäten: Entscheiden, Motivieren, Umsetzen
42 Führungsverhalten und Führungskompetenz
43 Zu Höchstleistungen motivieren
44 Führen mit Persönlichkeit

ST. GALLER EXECUTIVE LEADERSHIP-WOCHE

Dauer: 4 Tage

Die «Executive Leadership-Woche» ist ein interaktives Seminar für erfahrene Führungskräfte mit dem Ziel, die eigenen Leader-Qualitäten zu erkennen und vermehrt zu nutzen.

Wer dieses Seminar besucht, hat schon ein beachtliches Mass an Führungsqualifikation erreicht. Und weiss darum, dass nur permanente Weiterbildung sowie persönliche Weiterentwicklung jene Resultate bringen, die so unabdingbar für dauerhaften Erfolg sind, eine Kultur der Leistungsorientierung. Eine Fokussierung auf Resultate. Und einen «winning spirit» mit einem Arbeitsumfeld, in welchem Arbeit, Freude und Herausforderung gleichzeitig vorhanden sind.

Unzulänglichkeiten des eigenen Führungsstils und Führungsverhaltens sollten anhand neutraler Beispiele erkannt und durch geeignete Massnahmen beseitigt werden. Das Seminar bietet Einsichten, ohne zur Schau zu stellen. Es fördert persönliche Stärken. Und bietet Handlungsoptionen zur Optimierung.

NUTZEN

- Sie erfahren über Ihre Stärken als Führungspersönlichkeit und lernen, diese vermehrt einzusetzen.
- Sie nehmen selbst, unter Anleitung, eine Standortbestimmung Ihrer Leader-Qualitäten vor und haben die Möglichkeit, diese vertraulich unter vier Augen mit dem Leadership-Coach zu besprechen.
- Sie erlernen Methoden aus dem Bereich des mentalen Trainings, der Kommunikation, der Selbststeuerung und des Motivierens.
- Sie lernen, Stress abzubauen sowie persönliche und Firmenziele in Einklang zu bringen.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Erfahrene Führungskräfte mit umfangreicher Führungspraxis, die sich mit den methodischen und psychologischen Gesetzmässigkeiten der Führung strukturiert auseinander setzen wollen.
- Executives mit dem Ziel, die persönliche Führungskompetenz zu analysieren und Impulse zur Optimierung zu erhalten.

THEMENSCHWERPUNKTE

Die Anforderungen an Executive-Führungskräfte sind hoch. Wir zeigen, welche Qualitäten an Leadership und Führungspersönlichkeit gefordert sind:

- Kommunikationsfähigkeit
- Überzeugungskraft
- Urteilsfähigkeit
- Ansteckende Begeisterungsfähigkeit
- Resultatorientierung
- Anpassungsfähigkeit
- Einfühlungsvermögen
- Harmoniestreben – trotz Durchsetzungsfähigkeit
- Wahrnehmung
- Analytisches Denken
- Kreativität und Innovationskraft
- Gerechtigkeitssinn
- Selbstbewusstsein
- Disziplin
- Wissbegierde

Vor allem aber geben wir konkrete Handlungsanleitungen, um Leadership-Qualitäten weiter zu entwickeln, die Führungspersönlichkeit zu reflektieren und resultatorientiert zum Einsatz zu bringen.

SEMINARDATEN

5714	29.01.–01.02.2024 Brunnen
5724	18.–21.03.2024 Luzern
5734	03.–06.06.2024 Luzern
5744	19.–22.08.2024 Brunnen
5754	07.–10.10.2024 St. Gallen
5764	25.–28.11.2024 Luzern

Seminargebühr
CHF 5500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/57

FÜHRUNGSKOMPETENZ FÜR EXECUTIVES

Dauer: 2 × 3 Tage

Die Führung von Mitarbeitenden basiert immer auf den zentralen Elementen Kommunikation und Vorbild.

Es gilt, die eigene Position schlüssig und glaubwürdig zu vermitteln und dann das gewünschte Verhalten selbst vorzuleben. Nur so lassen sich Motivation und Begeisterung langfristig aufrechterhalten, rein monetäre Anreize genügen hier nicht.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

Teilnehmende sind Führungskräfte mit Verantwortung für eine Organisation oder einen Teilbereich, Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer, Unternehmer, Leiter/innen von Geschäftsfeldern, Business Units und Profit Centers.

Das Seminar richtet sich auch an Spezialisten, professionelle Dienstleister sowie Kommunikations-Verantwortliche, die ihre Führungsleistung steigern wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Was gute Führung bewirkt
- Gute Führung als Leistungsverstärker
- Wie gute Motivatoren den Wirkungsgrad ihrer Organisation massiv steigern
- Häufige Führungsfehler in der Praxis und wie sie vermieden werden

Führungsmodelle
- Führen der eigenen Person
- Führen von Teams, Abteilungen und grösseren Organisationseinheiten
- Führungsmodelle als Orientierungshilfe
- Das persönliche Führungsmodell

Kernkompetenzen und Leadership
- Was effektive Führungskräfte auszeichnet
- Moderne Führungsstile
- Kenntnisse und Instrumente
- Gekonnt situativ führen
- Die Kunst, Veränderungen zu bewirken

Leistung und Motivation
- Motivation in der heutigen Arbeitswelt
- Was Mitarbeitende motiviert
- Eigenmotivation nutzen, Demotivation vermeiden
- Persönliches Ressourcen-Management
- Work life balance
- Persönliche Ressourcen optimal einsetzen

Vertrauen als Kulturelement
- Vertrauen als Basis für dezentrale Führung
- Konflikte: system- oder personenbedingt
- Techniken zur fairen Konfliktbewältigung

Wirkungsvoll kommunizieren
- Die Gesetzmässigkeiten einer wirkungsvollen Kommunikation nach innen und aussen
- Der persönliche Kommunikationsstil
- Grosse Kommunikatoren und was wir von ihnen lernen können

Kommunikationsaufgaben
- Kommunikation als umfassendes Instrument, Ziele zu erreichen
- Integrierte Kommunikation – die zentrale Management-Aufgabe
- Das Navigationssystem der Kommunikation

Kommunikation in schwierigen Situationen
- Strategischer Wandel und notwendige Veränderungen nach innen und nach aussen kommunizieren
- Erfolge und positive Entwicklungen verstärken.
- Führen durch Kommunikation

SEMINARDATEN

5814
Teil 1: 26.–28.02.2024 Eich
Teil 2: 18.–20.03.2024 Brunnen

5824
Teil 1: 26.–28.02.2024 Eich
Teil 2: 23.–25.09.2024 St. Gallen

5834
Teil 1: 05.–07.06.2024 Steckborn
Teil 2: 23.–25.09.2024 St. Gallen

5844
Teil 1: 23.–25.10.2024 Brunnen
Teil 2: 17.–19.03.2025 St. Gallen

Seminargebühr
CHF 7500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

LEADERSHIP PROGRAMM FÜR EXECUTIVES

Dauer: 4 Tage und 2 × 3 Tage

3-teiliges Programm für erfahrene Leader, welche ihre bisherigen Vorgehensweisen mit Hilfe moderner Leadership-Ansätze reflektieren und die bestehenden Fähigkeiten weiter stärken wollen.

Das Seminar richtet sich an qualifizierte Führungskräfte mit einem Fundus an Erfahrung. Die teilnehmenden Executives wissen, dass kontinuierliche berufliche/persönliche Weiterbildungen Resultate erbringen und einen wichtigen Schlüssel für Erfolg darstellen. Leadership bedeutet Fokussierung auf Ziele und Resultate. Dazu gilt es die richtige Auswahl an Motivationstechniken, Führungstools und Steuerung zu treffen.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Unternehmer, Mitglieder der Geschäftsleitung
- Executives, die ihre persönliche Führungskompetenz analysieren und Impulse zur Optimierung erhalten wollen
- Führungskräfte der oberen Führungsebene, die sich auf neue, anspruchsvolle Positionen vorbereiten wollen
- Leiter/innen von Geschäftsbereichen und bedeutenden Business Units

TEIL 1: EXECUTIVE LEADERSHIP MANAGEMENT

Selten erhalten erfahrene Führungskräfte die Gelegenheit ihren eigenen Führungsstil und ihr Führungsverhalten in einer neutralen Umgebung zu reflektieren. Dieser Seminarteil ermöglicht mit Methoden, Tools und Beispielen Einsichten über die persönlichen Stärken und Schwächen und zeigt auf, wie Stärken gefestigt und allfällige Schwächen geglättet werden können.

- Die Entwicklung der Leadership-Kompetenz
- Die Vermittlung von zentralen Werten als Management-Aufgabe
- Führungsverhalten und Vorbildfunktion des Executive Managements
- Leadership Performance
- Die Rolle des Executives bei der Förderung des Human Potentials

TEIL 2: EXECUTIVE KOMMUNIKATION

Die Fähigkeit zu überzeugen und mitzureissen ist eine wichtige Kompetenz jeder Führungskraft.

Dieser Seminarteil zielt darauf ab, die persönliche Kommunikationskompetenz zu steigern und die Voraussetzungen für gezielte Wirkung nach innen und aussen zu schaffen.

- Gesetzmässigkeiten einer wirkungsvollen Kommunikation
- Kommunikation als Instrument
- Dramaturgie und Rhetorik
- Konzepte für Reden, Vorträge und Medienarbeit

TEIL 3: LEADERSHIP IMPACT

Effektives und modernes Leadership beinhaltet den gekonnten Umgang mit den unterschiedlichen Führungsrollen im Alltag und deren Entwicklung innerhalb der Karriere. Kein Führungsstil ist geboren, er entwickelt sich durch Erfahrungen, Erfolge und Misserfolge. Dieser lebenslange Prozess soll durch Leadership-Leitsätze gefördert und unterstützt werden.

- Die Führungsrollen eines Executives: Management, Coaching, Clienting, Leadership
- Vision und Werte im Leadership
- 10 Leitsätze des effektiven und modernen Leaderships
- Die persönliche Seite der Führungsperson
- High Performance Teams – Entwicklung und Motivation

SEMINARDATEN

5424
Teil 1: 18.–21.03.2024 Luzern
Teil 2: 24.–26.06.2024 Brunnen
Teil 3: 23.–25.09.2024 St. Gallen

5434
Teil 1: 03.–06.06.2024 Luzern
Teil 2: 23.–25.09.2024 St. Gallen
Teil 3: 25.–27.11.2024 Hallwilersee

5444
Teil 1: 19.–22.08.2024 Brunnen
Teil 2: 23.–25.09.2024 St. Gallen
Teil 3: 25.–27.11.2024 Hallwilersee

5454
Teil 1: 07.–10.10.2024 St. Gallen
Teil 2: 25.–27.11.2024 Hallwilersee
Teil 3: 17.–19.03.2025 St. Gallen

Seminargebühr
CHF 12900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

FÜHRUNG 360°

Dauer: 14 Tage in 4 Teilen

Leadership-Förderprogramm in vier Teilen für aufstrebende Führungskräfte, Spezialisten und Teamleader aus allen Bereichen. Besonders geeignet für all jene, die erste Führungserfahrungen vorweisen und in Zukunft mehr Verantwortung und bedeutende Leadership-Rollen übernehmen wollen.

Die Anforderungen an Führungskräfte steigt stetig. Das umfassende Programm «Führung 360°» bietet Führungskräften die Möglichkeit, sich ganzheitliches Wissen zu den Themen Mitarbeiterführung und Leadership anzueignen. Theorie und Praxis werden vereint, so dass sich Führungskräfte ihrer eigenen Kompetenz und Wirkung bewusst werden und mit Modellen und Methoden verstehen und steuern lernen.

TEIL 1: EFFEKTIVE MITARBEITERFÜHRUNG UND LEADERSHIP

Führungskompetenz bedeutet die Instrumente und Methoden der Führung richtig einzusetzen. Der Start in das Programm «Führung 360°» vermittelt die wesentlichen Grundlagen und Zusammenhänge einer resultat- und mitarbeiterorientierten Führung und zeigt die Anforderungen an die Sozialkompetenzen des Leaders.

- Das Fundament effektiver Führung
- Die effektive Führungskraft
- Führungsphilosophie und Führungserfolg
- Führungsprinzipien und ihre Wirkung im 1:1 und in Teamsituationen

TEIL 2: EFFEKTIVE MITARBEITERFÜHRUNG UND LEADERSHIP

Entscheidend für den Führungserfolg ist das bewusste, eigene Auftreten. Können die angestrebten Botschaften an die Empfänger übermittelt werden? Um die angestrebte Wirkung zu erzielen, steht die Entwicklung der Person zur Führungspersönlichkeit im Mittelpunkt.

- Auftreten und Wirken in Abhängigkeit von Umfeld und Empfänger
- Wahrnehmung der Führungspersönlichkeit durch Dritte
- Die Kunst, die eigenen Stärken gezielt und bewusst einzusetzen
- Charisma, die persönliche Wirkung nach Aussen

TEIL 3: GESPRÄCHS- UND VERHANDLUNGSFÜHRUNG

Gesprächs-, Argumentations- und Verhandlungskompetenz werden von einer Führungskraft konstant gefordert. Im Vorteil ist jener Leader, welcher die notwendigen Methoden, Tools und Techniken zu seiner Verfügbarkeit hat, um die Situationen nach seinen Vorstellungen zu gestalten und zu führen.

- Grundlagen der strukturierten Gesprächsführung
- Techniken, Strategien und Taktiken erfolgreichen Verhandelns
- Kommunikation und Rhetorik als Teil von Gesprächen und Verhandlungen
- Nachhaltige Zustimmung erreichen

TEIL 4: EFFEKTIVE MITARBEITERFÜHRUNG UND LEADERSHIP

Gravierende Veränderungen im Unternehmen, in der Abteilung oder im Team fordern von Führungskräften die Kompetenz gezielt zu steuern und die Transformation aktiv zu begleiten.

- Steuerung von Veränderungsprozessen
- Prozesse und Phasen einer Transformation
- Wandel als Chance für Unternehmen und Mitarbeiter
- Integration der Mitarbeiter in den Change Prozess

SEMINARDATEN

6934
Teil 1: 11.–14.03.2024 St. Gallen
Teil 2: 01.–03.07.2024 Hallwilersee
Teil 3: 04.–06.11.2024 Luzern
Teil 4: 02.–05.12.2024 Luzern

6954
Teil 1: 01.–04.07.2024 Brunnen
Teil 2: 18.–20.11.2024 Brunnen
Teil 3: 31.03.–02.04.2025 Hallwilersee
Teil 4: 07.–10.04.2025 Luzern

6964
Teil 1: 09.–12.09.2024 Brunnen
Teil 2: 18.–20.11.2024 Brunnen
Teil 3: 31.03.–02.04.2025 Hallwilersee
Teil 4: 07.–10.04.2025 Luzern

Seminargebühr
CHF 14900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLER FÜHRUNGS-PROGRAMM

Dauer: 2 × 4 Tage

Der St. Galler Führungs-Lehrgang vermittelt ganzheitliches Wissen zur erfolgsorientierten Führung. Die aktive Steuerung des Erfolgs dank Führungsleistung, das «managing for success», bildet den Themenschwerpunkt dieser Veranstaltung.

Erfolg und Führung sind untrennbar miteinander verbunden:
Der St. Galler Führungs-Lehrgang fügt die wichtigsten Bausteine erfolgsorientierter Führung zu einem homogenen Ganzen zusammen. Neueste wissenschaftliche Erkenntnisse werden mit konkreten Praxiserfahrungen verglichen. Kreative Ideen und unkonventionelle Erfolgsprinzipien werden anhand zahlreicher Praxisbeispiele dargestellt.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte mit Erfolgsverantwortung
- Bereichsleiter, Abteilungsleiter, Projektverantwortliche mit Führungsverantwortung
- Führungskräfte, die sich auf neue Funktionen vorbereiten wollen
- Produkt- oder Marktverantwortliche
- Verantwortliche von Stabsbereichen
- Praktiker mit umfassender Führungsverantwortung, die auch Nichtbetriebswirtschafter sein können.

THEMENSCHWERPUNKE

Das St. Galler Führungskonzept
- Bestandteile eines modernen Führungskonzepts
- Management for success: die ganzheitliche, resultatbezogene Führungsleistung
- Führen als vielschichtige Aufgabe

Führung und Führungsleistung
- Analyse der eigenen Führungsaufgabe
- Orientierung der Führungsaufgabe an Zielen und Resultaten
- Bestimmen notwendiger Führungssysteme

Führungskräfte
- Die richtigen Mitarbeitenden als Schlüsselfaktor für den Erfolg
- Humanpotential nutzen dank Management Development

Führungserfolg
- Elemente erfolgreicher Führung
- Fokussierung der Führung auf die zentralen Schalthebel
- Erfolg dank Konzentration auf Nutzenpotenziale

Erfolg dank Führungsverhalten
- Führungsverhalten und persönlicher Führungsstil
- Führungsklima: von Angst, Lethargie und Frust zu Freude, Einsatzbereitschaft und Begeisterung
- Weiterentwickeln der sozialen Kompetenz
- Führungsmethoden der effektiven Führungskraft

Führungsmethodik
- Die Führungskraft als Coach
- Coaching-Ansätze und Vorgehensweise
- Mitarbeitergespräche führen

Führungskompetenzen
- Die Führungskraft als Kommunikator
- Das persönliche Kommunikationsverfahren in kritischen Situationen
- Handhaben von schwierigen Führungssituationen

SEMINARDATEN

5124
Teil 1: 11.–14.03.2024 St. Gallen
Teil 2: 10.–13.06.2024 Wildhaus

5134
Teil 1: 22.–25.04.2024 St. Gallen
Teil 2: 10.–13.06.2024 Wildhaus

5144
Teil 1: 01.–04.07.2024 Brunnen
Teil 2: 04.–07.11.2024 Horn/St. Gallen

5154
Teil 1: 09.–12.09.2024 Brunnen
Teil 2: 04.–07.11.2024 Horn/St. Gallen

5164
Teil 1: 14.–17.10.2024 Hallwilersee
Teil 2: 04.–07.11.2024 Horn/St. Gallen

Seminargebühr
CHF 7900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/59

CHANGE MANAGEMENT

Dauer: 4 Tage

Eine strategische Neuausrichtung oder gravierende Reorganisation erfolgreich durchzuführen, gehört zu den anspruchsvollsten Aufgaben des Managements. Oft ist es weit einfacher, etwas Neues aufzubauen, als eine bestehende Organisation und Kultur von der Notwendigkeit eines radikalen Wandels zu überzeugen.

Um hier letztlich zu einem akzeptablen Ergebnis zu kommen, gilt es auf zwei Ebenen ein gemeinsames Ziel zu verfolgen:

- Auf Seite der sog. «hard facts» müssen die nötigen Anpassungen vorgenommen werden, um die neuen Ziele und Verhaltensweisen auch in Strukturen, Prozessen und Anreizsystemen zu verankern.
- Auf der Seite der «soft facts» gilt es, die Mitarbeiter vom neuen Weg zu überzeugen, ihre Ängste und Unsicherheiten abzubauen und eine Begeisterung für die neue Herausforderung zu erzeugen.

Obwohl beide Ansätze das gleiche Ziel verfolgen, sind die Kompetenzen, die es zu ihrer Umsetzung braucht, doch grundverschieden. Es stehen Logik und Systemverständnis gegen Empathie und Charisma. Und nur wenn es gelingt, beide Ansätze optimal zu kombinieren und aufeinander auszurichten, wird der Wandel letztlich gelingen.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Erfahrene Führungskräfte der mittleren und oberen Ebenen, die ihren Verantwortungsbereich langfristig neu ausrichten möchten.
- Führungskräfte, die durch die Dynamik ihres Geschäftes ständig zu Anpassungen in Organisation, Strukturen und Geschäftsmodell gezwungen sind.

THEMENSCHWERPUNKTE

Neuste Erkenntnisse zur Steuerung von Veränderungsprozessen

- Aktuelle Trends im Change Management
- Erfahrungen aus der Praxis
- Von der Vision und Strategie zur Implementierung

Veränderungsprozesse richtig managen

- Phasenabläufe von Transformationen
- Antizipation von Implementierungs-Barrieren
- Integration von Mitarbeitern in Veränderungsprozesse
- Arbeit mit Change Agents
- Aufbau einer Koalition von Veränderern
- Auslösen von Peitschen-Effekten
- Die Master-Checkliste als Ausgangspunkt von Arbeitsteilung und Delegation
- Veränderungs-Controlling: Gängige Fehler vermeiden und Abweichungen frühzeitig erkennen

Psychologie von Veränderungen

- Umgang mit fundamentalen Veränderungen in Strukturen, Prozessen und Kultur
- Blockaden aufzeigen abbauen
- Einleitung von Veränderungen – Notwendigkeiten aufzeigen, Leidensdruck erzeugen
- Positivierung von Veränderungen: Wandel als Chance für Unternehmen und Mitarbeiter

Entwicklung einer lernenden Organisation

- Anwendung von Skalierungskonzepten
- Aufbau von «Organizational Fitness»
- Dynamisierungsmöglichkeiten von Organisationen

SEMINARDATEN

5914	15.–18.04.2024 Hallwilersee
5924	16.–19.09.2024 Eich
5934	02.–05.12.2024 Luzern

Seminargebühr
CHF 4900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

MITARBEITERFÜHRUNG UND LEADERSHIP

Dauer: 4 Tage

Der Einfluss der Führung auf Leistung und Arbeitszufriedenheit ist unbestritten. Auch ist heute weitgehend erforscht, welche Führungsprinzipien und welches Führungsverhalten aus Mitarbeitenden motivierte Mitdenker macht.

- Erfolgreiche Führungskräfte führen situativ. Ihr Führungsstil ist der jeweiligen Aufgabe sowie den Voraussetzungen der Mitarbeitenden angepasst.
- Sie verstehen, die Gesetze der Motivationslehre gezielt anzuwenden.
- Sie konzentrieren sich auf das Wesentliche, setzen Prioritäten, delegieren.
- Sie bauen ihr eigenes Team auf und selektionieren die «richtigen» Mitarbeitenden.
- Ihr Streben ist, mehr zu führen als selbst auszuführen.
- Voraussetzung dafür sind kompetente Mitarbeitende, deren Fähigkeiten gefördert und entwickelt werden.
- Als Chef sind sie sich ihrer Vorbildfunktion bewusst. Sie schaffen ein leistungsorientiertes, vertrauensvolles Klima.
- Unangenehmem gehen sie nicht aus dem Weg. Konflikte werden nicht verdrängt, sondern angepackt.
- Sie verstehen es, Zielvorgaben von oben stufengerecht umzulegen, Ziele zu vereinbaren und Leistungen zu beurteilen.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte, die neue Erkenntnisse und Impulse zum Thema Führung und Leadership suchen.
- Spezialisten und Teamverantwortliche, die erweiterte Führungsaufgaben übernehmen wollen.
- Nachwuchskräfte, die neu in umfassende Führungsverantwortung aufsteigen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Das St. Galler Führungsmodell

- Mitarbeiterführung als kritischer Erfolgsfaktor im St. Galler Management-Ansatz
- Erkennen der eigenen Führungssituation: Einflussfaktoren und Wirkungsgefüge

Führungsstil und Führungspersönlichkeit

- Erkenntnisse der modernen Führungslehre
- Führungsstile und situative Führung
- Authentisch und effektiv – Elemente eines persönlichen Führungsstils

Personalselektion und Personalentwicklung als Führungsaufgabe

- Führen statt ausführen: Der Aufbau von leistungsstarken Mitarbeitenden
- Mitarbeiterpotentiale erkennen und entwickeln
- Ziele vereinbaren, Mitarbeitende fördern, Leistung beurteilen
- Das Prinzip der Selbstorganisation

Instrumente und Methoden der Mitarbeiterführung

- Strategische Anreizsysteme als Motivationsspritze
- Management von Veränderungsprozessen

Führungsverhalten und Leadership

- Identifikation und Motivation durch sichtbar gelebte Unternehmenskultur
- Souveränes Führungsverhalten in kritischen Situationen
- Motivation als Führungsaufgabe

SEMINARDATEN

5014	22.–25.01.2024 Wildhaus
5024	11.–14.03.2024 St. Gallen
5034	22.–25.04.2024 St. Gallen
5044	01.–04.07.2024 Brunnen
5054	09.–12.09.2024 Brunnen
5064	14.–17.10.2024 Hallwilersee
5074	18.–21.11.2024 Horn/St. Gallen

Seminargebühr
CHF 4500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/50

LEADER-QUALITÄTEN:

ENTSCHEIDEN, MOTIVIEREN, UMSETZEN

Dauer: 2 × 3 Tage

Entscheiden und einleiten. Motivieren und begeistern. Umsetzen und für Resultate Verantwortung tragen: Das Führungsseminar für Entscheidungsstärke und Durchsetzungskraft.

KONZEPT

Es sind ganz bestimmte Eigenschaften, die eine unternehmerisch denkende und agierende Führungskraft von anderen unterscheidet: Der Wille, Resultate zu erreichen. Der Wunsch, nicht um den heissen Brei herum zu reden, sondern zu Entscheidungen zu gelangen. Die Kunst, andere für Projekte und Massnahmen zu motivieren, die diese zuerst ablehnten. Der Drang, umzusetzen.

NUTZEN

Sie verstärken Ihre persönlichen Leaderqualitäten in Entscheidungsfindung, Motivation und Umsetzungskraft.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

Teilnehmende sind Executives und Führungskräfte, Praktiker, Spezialisten, Fachkräfte, Stabsmitarbeiter, Verantwortliche für Abteilungen, Teams, Projekte.

THEMENSCHWERPUNKTE

Was Führungspersönlichkeiten auszeichnet

- Die Erkenntnisse der Führungslehre
- Die benötigten Leader-Qualitäten
- Das Führungs-Kompetenzportfolio

Erkennen der eigenen Stärken als Leader

- Aus Führungserfolgen persönliche Stärken erkennen
- Sich selbst als Leader richtig einschätzen
- Grundmuster des eigenen Führungsstils

Die eigenen Optimierungsmöglichkeiten

- Defizite der Führungleistung entdecken
- Einsicht in notwendige Verhaltensveränderungen
- Wege zur Veränderung und Optimierung

Durch Entscheidungen lenken

- Erkenntnisse zum Entscheidungs-Management
- Rationale Entscheidungs-Kompetenz: Methoden
- Emotion und Intuition: Entscheiden nach Bauchgefühl
- Der Stellenwert der Erfahrung
- Einzel- oder Teamentscheidungen?

Kommunikation

- Kommunikation im Führungsprozess
- Das eigene Kommunikationsverhalten erkennen und optimieren

Konfliktmanagement

- Herkunft & Entstehen von Konflikten
- Die Instrumente des Konfliktmanagements

Empowerment und Motivation

- Erfolgreiche Teams bilden
- Erfolgsprinzipien bei der Führung von Teams
- Wie motivieren? Wie begeistern?
- Wie Motivation in Leistung übersetzen?
- Wie als Coach und Vorbild vorangehen?

Umsetzungskraft

- Execution: Handeln statt reden
- Lösungen statt Probleme
- Implementieren: Resultate bringen
- Fehlertoleranz: Aus Fehlern lernen

Durchsetzungsfähigkeit

- Handlungsspielräume nutzen
- Nicht zuwarten, sondern tätig werden
- Widerstände als Ansporn sehen
- Verantwortung tragen, nicht abschieben

SEMINARDATEN

9214
Teil 1: 26.–28.02.2024 Eich
Teil 2: 04.–06.03.2024 Wildhaus

9224
Teil 1: 26.–28.02.2024 Eich
Teil 2: 01.–03.07.2024 Hallwilersee

9204
Teil 1: 05.–07.06.2024 Steckborn
Teil 2: 23.–25.09.2024 Eich

9254
Teil 1: 23.–25.10.2024 Brunnen
Teil 2: 18.–20.11.2024 Brunnen

9264
Teil 1: 23.–25.10.2024 Brunnen
Teil 2: 24.–26.03.2025 Wildhaus

Seminargebühr
CHF 7500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

WWW.SMP.CH

FÜHRUNGSVERHALTEN UND FÜHRUNGSKOMPETENZ

Dauer: 2 × 3 Tage

Führungsverhalten und Führungskompetenz sind die Schlüsselfaktoren für Erfolg im Wirtschaftsleben. Nur selten sind es die stillen Denker, die andere von ihren Ideen überzeugen und begeistern.

Auch die theoriegetriebenen Analytiker, die zwar Ideen in Konzepten darstellen, aber vielfach nichts bewegen, gehören nicht zu den grossen Führungspersönlichkeiten. Ganz zu schweigen von den Ich-bezogenen Einzelgängern, denen es mehr um ihren persönlichen Erfolg geht und die sich nie voll in den Dienst einer Sache einordnen lassen.

Wirtschaftlicher Erfolg korreliert auch nicht immer mit intellektuellen Fähigkeiten: Es ist nur selten der «Klassenprimus», der später im Beruf Höchstleistungen erbringt. Offensichtlich sind es andere Fähigkeiten, die eine erfolgreiche von einer weniger erfolgreichen Führungskraft unterscheiden.

Das 2×3-tägige Seminar bezweckt:

- das eigene Führungsverhalten zu analysieren und im Hinblick auf die eigene Führungsaufgabe aktiv zu optimieren;
- die soziale Kompetenz zu steigern und die Fähigkeiten für erfolgsorientierte Team- und Mitarbeiterführung zu verbessern.
- Kommunikation als zentrales Instrument der Führung zu erkennen und die eigenen kommunikativen Fähigkeiten gezielt auszubauen.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte mit mehreren Jahren Führungserfahrung, welche vor allem ihre Kompetenz im Bereich der «Soft-Skills» verbessern wollen.
- Bereichsleiter, Abteilungsleiter und Projektverantwortliche mit direkter Führungsverantwortung.
- Führungskräfte, die sich auf die Übernahme einer neuen Funktion vorbereiten wollen, in der sie direkt oder als Vorbild Führungsverantwortung tragen.
- Erfahrene Führungskräfte, die mit den Konzepten der Führungslehre vertraut sind, aber ihre persönliche Führungskompetenz und ihre kommunikativen Fähigkeiten verbessern wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Führungskompetenz

Im Teil 1 des Seminars befassen sich die Teilnehmenden mit Methoden, die Führungserfolg versprechen. Mit Hilfe von Übungen und in der Diskussion werden Führungssituationen reflektiert und anhand von Konzepten aus der modernen Führungslehre die notwendigen Handlungsempfehlungen abgeleitet.
Die Teilnehmenden entwickeln, verbessern so auf der Basis eines ganzheitlichen Führungsverständnisses ihren individuellen und für ihre Person authentischen Führungsstil.

Kommunikation

- Wie Kommunikation zwischen Menschen funktioniert
- Was Meinungsverschiedenheiten und Interessengegensätze bewirken
- Wie die Erkenntnisse der Kommunikationsforschung in Verhandlungssituationen eingesetzt werden

Einsatz von Kommunikation und Rhetorik in Verhandlungssituationen

- Die Phasen einer Verhandlung
- Das Verhandlungsziel
- Strategie und Taktik der Verhandlungsführung
- Der Verhandlungsspielraum

SEMINARDATEN

5514
Teil 1: 26.–28.02.2024 Eich
Teil 2: 08.–10.04.2024 Steckborn

5524
Teil 1: 08.–10.04.2024 Steckborn
Teil 2: 05.–07.06.2024 Steckborn

5534
Teil 1: 08.–10.04.2024 Steckborn
Teil 2: 23.–25.10.2024 Brunnen

5544
Teil 1: 05.–07.06.2024 Steckborn
Teil 2: 04.–06.11.2024 Luzern

5554
Teil 1: 23.–25.10.2024 Brunnen
Teil 2: 04.–06.11.2024 Luzern

Seminargebühr
CHF 7500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)*

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ZU HÖCHSTLEISTUNGEN MOTIVIEREN

Dauer: 3 Tage und 4 Tage

Sind Unternehmens- und Mitarbeiterziele deckungsgleich, ist Führung einfach. Kompetenz in «Führen» braucht es dort, wo die Interessen nicht zwangsläufig genau die selben sind.

Dies trifft in besonderem Masse bei gravierenden Veränderungen zu: Neue Strategien, Restrukturierung, neue konzeptionelle Ausrichtungen, personelle Veränderungen etc. führen zu einem Stresspegel, der die Motivation und damit die Leistung und Arbeitszufriedenheit beschädigt. Das Seminar zeigt aktuelles Wissen und neue Trends rund um das Thema Change Management, Motivation, Gesprächsführung. Die Teilnehmenden lernen, ihre Hochleistungs-Teams in Veränderungsprozesse zu integrieren.

NUTZEN

Das Seminar gibt Gelegenheit, sich mit den Mechanismen eines erfolgreichen Change Management zu beschäftigen und das eigene Führungs- und Kommunikations-Verhalten zu optimieren.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

Teilnehmende sind Führungskräfte mit gehobener Verantwortung aus allen Unternehmensbereichen, die bereits Führungserfahrung aufweisen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Change Management
Die Kunst, Mitarbeitenden für das Neue zu motivieren.

Gesetze der Führungsleistung
Das aktuelle Wissen über effektive Führung. Gesetze und Wirkungsmechanismen für gute Führung.

Wirkungsvolle Führung
Die richtigen Instrumente in der richtigen Situation. Was Führung in der Transformation wirklich bedeutet.

Ziel- und Resultatorientierung
Die Ausrichtung von Mitarbeitenden, Teams, Abteilungen und Bereichen auf ehrgeizige Ziele und Resultate in Veränderungs-Prozessen.

Fordern, fördern, coachen
Die eigene Führungsaufgabe kompetent wahrnehmen. Die unterschiedlichen Rollen einer effektiven Führungskraft als Change-Agent.

Selbstorganisation und Kontrolle
Die richtige Dosis an Freiraum, aber auch an Kontrolle. Eigenverantwortlichkeit und Initiative innerhalb von Leitplanken zulassen und fördern.

Verändern und Bewegen
Die Fähigkeit, Wandel zu bewirken, Mitarbeitende und Teams, Abteilungen und Organisationseinheiten dynamisieren und von der Notwendigkeit zu Wandel überzeugen.

Vertrauen, Motivation, soziale Kompetenz
Vertrauen als Basis für Teamleistung. Motivation als Kompetenzverstärker. Die eigene soziale Kompetenz optimieren. Der richtige Umgang mit den Mitarbeitenden, Kollegen und Chefs. Die richtige Gesprächsführung.

Konflikt-Management
Konflikte sind unausweichlich, oft systembedingt. Techniken zur Deeskalation und Lösungsorientierung.

Kommunikation
Wer Resultate sucht, braucht die Unterstützung von Chefs, Kollegen und Mitarbeitenden. Wichtig: die richtige Art, zu kommunizieren.

Wirkungvolle Rhetorik
Die Kraft der Rhetorik richtig einsetzen. Durch Überzeugung andere begeistern. Mit Argumenten führen.

SEMINARDATEN

8314
Teil 1: 26.–28.02.2024 Eich
Teil 2: 15.–18.04.2024 Hallwilersee

8324
Teil 1: 05.–07.06.2024 Steckborn
Teil 2: 16.–19.09.2024 Eich

8334
Teil 1: 05.–07.06.2024 Steckborn
Teil 2: 02.–05.12.2024 Luzern

8344
Teil 1: 23.–25.10.2024 Brunnen
Teil 2: 02.–05.12.2024 Luzern

8354
Teil 1: 23.–25.10.2024 Brunnen
Teil 2: 07.–10.04.2025 Luzern

Seminargebühr
CHF 7900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

FÜHREN MIT PERSÖNLICHKEIT

Dauer: 4 Tage und 3 Tage

In der Entwicklung zur gestandenen Führungskraft werden Leader herausgefordert, mit komplexen Problemen konfrontiert und von Erlebnissen geprägt. Die Führungspersönlichkeit wird geformt und ihr Einsatz hilft, die gesetzten Ziele zu erreichen oder zu übertreffen und die Mitarbeitenden zum Mitziehen zu motivieren. Ein Selbstcheck an dieser Stelle soll helfen, das eigene Führungsverhalten sowie das eigene Auftreten und Wirken zu reflektieren und die neu gewonnen Erkenntnisse in den Führungsalltag zu übertragen.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Unternehmer, CEOs und CxOs
- Executive Führungskräfte, die ihre persönliche Führungskompetenz analysieren und Impulse zur Optimierung erhalten möchten.
- Führungskräfte der oberen Führungsebene, die sich auf neue, anspruchsvolle Positionen vorbereiten wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Unternehmensidentifikation, Kultur und Werte

- Unternehmenskultur als Führungsinstrument
- Zentrale Werte vermitteln und erklären
- Strategie und Unternehmenskultur in Einklang bringen
- Stärkung und Entwicklung der Unternehmenskultur
- Die Kultur auch im Wandel pflegen

Change Management

- Veränderungsprozesse verstehen
- Auf Widerstand und Angst richtig reagieren
- Führung durch gekonnte Kommunikation
- Die Mitarbeitenden überzeugen und Engagement erreichen

Executive Leadership

- Persönliche Leadership-Kompetenz entwickeln
- Führungsrollen und Führungsaufgaben
- Führungsverhalten und Vorbildfunktion
- Kritische Situationen als Prüfstein für die Führungspersönlichkeit

Mitarbeiter fördern und entwickeln

- Förderung und Nutzung des Human-Potentials
- Delegieren und übertragen von Verantwortung zur Steigerung von Leistung und Motivation
- Mitarbeiter zum Erfolg führen

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Auftreten und Wirken

- Persönlichkeit und Ausstrahlung
- Persönlichkeitsentwicklung
- Die eigenen Persönlichkeits-Merkmale

Wahrnehmung der eigenen Persönlichkeit

- Bewusste und unbewusste Signale in der Kommunikation
- Verhalten und Symbole bei zwischenmenschlichen Interaktionen
- Die Wirkungskraft des ersten Eindrucks lenken

Selbstanalyse des eigenen Führungsverhaltens

- Die persönlichen Eigenheiten und bewusste Verhaltensmuster
- Das eigene Führungsverhalten

Die eigenen Stärken bewusst einsetzen

- Welche Stärke sollen bewusst eingesetzt werden?
- Welche Rolle möchte ich einnehmen?
- Welche Wirkung soll mein Auftreten entfalten?

SEMINARDATEN

6314
Teil 1: 29.01.–01.02.2024 Brunnen
Teil 2: 04.–06.03.2024 Wildhaus

6324
Teil 1: 18.–21.03.2024 Luzern
Teil 2: 01.–03.07.2024 Hallwilersee

6304
Teil 1: 03.–06.06.2024 Luzern
Teil 2: 23.–25.09.2024 Eich

6354
Teil 1: 19.–22.08.2024 Brunnen
Teil 2: 18.–20.11.2024 Brunnen

6364
Teil 1: 07.–10.10.2024 St. Gallen
Teil 2: 18.–20.11.2024 Brunnen

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

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

PERSÖNLICHKEITS-MANAGEMENT

46 Persönlichkeitsmanagement
48 Personal Image
49 Sozialkompetenz und Motivationskraft
50 Verhandlungskompetenz und Gesprächsführung
51 Exzellenz in Kommunikation und Rhetorik
52 Überzeugend verhandeln
53 Authentisch Auftreten
54 Die effektive Führungspersönlichkeit

PERSÖNLICHKEITSMANAGEMENT

Dauer: 2 × 3 Tage

Wer glaubt, nur mit modernen Management-Methoden und schönen Konzepten erfolgreich führen zu können, irrt. In vielen Fällen sind es vor allem Führungspersönlichkeit und kommunikative Fähigkeiten einer Führungskraft, die über Erfolg oder Misserfolg entscheiden.

Viele gute Ansätze scheitern, weil Führungskräfte sie nicht überzeugend verkörpern und schlüssig an ihre Mitarbeitenden kommunizieren können. Begeisterung und Commitment entstehen nicht aus Konzepten sondern aus Vertrauen und Verständnis. Nur wer überzeugend auftritt und die richtigen Botschaften sendet, wird letztlich die Mitarbeitenden begeistern und mitreissen können.

Für Erfolgsorientierte gilt es daher, die eigene Persönlichkeit zu analysieren, in ihren Stärken und Schwächen zu erkennen und gezielt weiterzuentwickeln. Das Ziel: Sich selbst als Führungskraft ein Profil geben. Mit Ecken und Kanten. Berechenbar, fordernd, fördernd, nach gemeinsamen Resultaten strebend.

Das 2×3-tägige Programm «Persönlichkeits-Management» setzt genau hier an:

- Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer erkennen, welche Elemente eine Führungspersönlichkeit ausmachen und wie diese vom Umfeld wahrgenommen werden.
- Sie erleben die Bedeutung von Persönlichkeit und Auftreten im Geschäftsleben.
- Sie analysieren unter Anleitung höchst qualifizierter Psychologen und Führungstrainer ihre eigenen, persönlichen Stärken und Schwächen in Auftreten, Wirken und Kommunikation.
- Basierend auf diesen Erkenntnissen entwickeln sie neue Techniken und Fähigkeiten, um ihre Persönlichkeit in Führungssituationen besser zum Einsatz zu bringen.

In komprimierter Form fliessen dabei die wesentlichen Erkenntnisse diverser Disziplinen des Führungs- und Persönlichkeitsmanagements ein. Nicht als unverständliche Theorie, sondern praxisnah, anhand vieler Beispiele erörtert und an realen Geschäftsvorfällen dargestellt.

Der hohe Umsetzungsbezug macht dieses Programm zu einer guten Investition. Einiges an Ihrem Auftreten und in Ihrer Kommunikation wird sich ändern. Anderes wird von Ihnen bewusster und verstärkt zum Einsatz gebracht werden. Das Management der eigenen Persönlichkeit ist ein lohnendes Thema – für Sie persönlich wie auch für Ihre Firma.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte, die Merkmale ihres Führungsverhaltens ändern oder vermehrt resultatorientiert nutzen wollen.
- Führungskräfte, Ergebnis- oder Projektverantwortliche aus allen Bereichen, die eine umfassende Führungsschulung durchlaufen wollen, um ihre eigenen Stärken als Führungspersönlichkeit zu erkennen und weiter auszubauen.
- Spezialisten und Praktiker, die sich vermehrt mit den Gesetzmässigkeiten moderner Führung und Kommunikation beschäftigen wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Der erste Seminarteil analysiert, wie die eigene Persönlichkeit von anderen wahrgenommen wird. Ziel ist es dabei, sich der eigenen Stärken bewusst zu werden und diese in Ausstrahlung und Verhalten glaubwürdig nach aussen zu kommunizieren.

Persönlichkeit und Ausstrahlung

- Von der Person zur Persönlichkeit
- Analyse der eigenen Persönlichkeits-Merkmale
- Auftreten und Wirken in Abhängigkeit von Umfeld und Empfänger

Wie Persönlichkeit wahrgenommen wird

- Bewusste und unbewusste Signale zwischenmenschlicher Kommunikation
- Die Bedeutung von Verhalten und Symbolen
- Den ersten Eindruck bewusst gestalten

Die Analyse der eigenen Merkmale als Kommunikator und Führungskraft

- Die Selbstanalyse als Ausgangsbasis
- Das persönliche Führungsverhalten im Normalzustand
- Das persönliche Führungsverhalten im Stresszustand

Persönliche Stärken gezielt zum Einsatz bringen

- Analyse der persönlichen Stärken
- Die eigene Rolle und ihre Wirkung auf andere
- Eigene Ressourcen bejahen
- Eigene Stärken bewusst kommunizieren

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Persönlichkeit entfaltet ihre Wirkung primär im zwischenmenschlichen Kontakt. Der zweite Seminarteil befasst sich deswegen mit den aktiven kommunikativen Fähigkeiten einer Führungskraft. Argumentieren und überzeugen stehen dabei im Mittelpunkt.

Grundlagen der Kommunikation

- Wie Kommunikation zwischen Menschen funktioniert
- Was Meinungsverschiedenheiten und Interessengegensätze bewirken
- Wie die Erkenntnisse der Kommunikationsforschung in Verhandlungssituationen eingesetzt werden

Gesetze der Rhetorik

- Rhetorische Fähigkeiten
- Die Kunst, eine Argumentationskette aufzubauen
- Die besseren Argumente bieten
- Emotionale Kompetenz in Diskussionen, Sitzungen, Verhandlungen

Einsatz von Kommunikation und Rhetorik in Verhandlungssituationen

- Die Phasen einer Verhandlung
- Das Verhandlungsziel
- Strategie und Taktik der Verhandlungsführung
- Der Verhandlungsspielraum
- Umgang mit Unvorhergesehenem

Das Resultat: andere überzeugen

- Die Kunst, Recht zu haben, ohne Besserwisser zu sein
- Die Fähigkeit zu überzeugen, ohne zu überreden
- Das Resultat: Zustimmung mit nachhaltiger Wirkung

Glaubwürdigkeit in kritischen Gesprächssituationen

- Kommunikation in Krisen- und Konfliktsituationen
- Glaubwürdigkeit in Auftreten und Aussage

SEMINARDATEN

5614	Teil 1:	04.–06.03.2024, Wildhaus
	Teil 2:	08.–10.04.2024, Steckborn
5624	Teil 1:	04.–06.03.2024, Wildhaus
	Teil 2:	04.–06.11.2024, Luzern
5634	Teil 1:	01.–03.07.2024, Hallwilersee
	Teil 2:	04.–06.11.2024, Luzern
5604	Teil 1:	23.–25.09.2024, Eich
	Teil 2:	04.–06.11.2024, Luzern
5644	Teil 1:	18.–20.11.2024, Brunnen
	Teil 2:	31.03.–02.04.2025, Hallwilersee

Seminargebühr
CHF 7500.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 510 92 93

PERSONAL IMAGE

Dauer: 3 Tage

Bewusst oder unbewusst fällen wir über jeden Menschen, mit dem wir in Kontakt treten, ein Urteil. Und natürlich werden wir auch von unserem Gegenüber beurteilt. Aber nur in wenigen Fällen erfahren wir diese Beurteilung, und falls doch, ist sie oft wenig hilfreich, weil sie parteiisch und von der Interessenlage des anderen diktiert ist.

Dieser Mangel an objektivem Feedback ist aber gerade für Führungskräfte problematisch, entscheidet doch oftmals bereits der erste Eindruck über den weiteren Verlauf eines Gesprächs oder einer Verhandlung. Erwartungen, Interpretationsmuster und Einstellungen werden grossteils unbewusst gebildet und können später nur schwer korrigiert werden.

Ausstrahlung ist nicht etwas, womit man geboren wird und auch nicht das Ergebnis einer magischen Formel. Ausstrahlung ist das Produkt eines Lernprozesses.
Ausstrahlung ist die Fähigkeit, die eigenen Stärken zu kennen und diese bewusst und glaubwürdig zum Ausdruck zu bringen.

METHODIK

Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern werden betriebsnahe Aufgaben gestellt, die sie im Rollenspiel sofort oder nach wirklichkeitsgerechter Vorbereitung lösen. Unter keinen Umständen wird uniformes Verhalten eingeschliffen, sondern es werden die vorhandenen Stärken der individuellen Persönlichkeit analysiert und ausgebaut sowie sofort verwertbare Hilfe bei Schwachstellen angeboten.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte, die uneingeschränkt ehrlich erfahren wollen, wie sie bei ihren beruflichen Aktionen auf andere wirken und wie sie Positiva weiter ausbauen und Negativa verschwinden lassen können.
- Führungskräfte, die Spitzenstellungen anstreben und das Unternehmen im In- und Ausland bei Geschäftspartnern, Verbänden und Politikern optimal vertreten wollen.
- Führungskräfte, die eine Diskrepanz spüren zwischen ihren fachlichen und ihren gesellschaftlichen Fähigkeiten.

THEMENSCHWERPUNKTE

Persönlichkeit und Ausstrahlung

- Von der Person zur Persönlichkeit
- Analyse der eigenen Persönlichkeits-Merkmale
- Auftreten und Wirken in Abhängigkeit von Umfeld und Empfänger

Wie Persönlichkeit wahrgenommen wird

- Bewusste und unbewusste Signale zwischenmenschlicher Kommunikation
- Die Bedeutung von Verhalten und Symbolen
- Den ersten Eindruck bewusst gestalten

Die Analyse der eigenen Merkmale als Kommunikator und Führungskraft

- Die Selbstanalyse als Ausgangsbasis
- Das persönliche Führungsverhalten im Normalzustand
- Das persönliche Führungsverhalten im Stresszustand

Eigene Stärken gezielt zum Einsatz bringen

- Analyse der persönlichen Stärken
- Die eigene Rolle und ihre Wirkung auf andere
- Zu den eigenen Ressourcen stehen

SEMINARDATEN

5314	04.–06.03.2024 Wildhaus
5324	01.–03.07.2024 Hallwilersee
5303	23.–25.09.2024 Eich
5334	18.–20.11.2024 Brunnen

Seminargebühr
CHF 3900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SOZIALKOMPETENZ UND MOTIVATIONSKRAFT

Dauer: 3 Tage

Wer als Führungskraft seine Mitarbeitende dauerhaft zu Höchstleistungen motivieren möchte, muss vor allem über umfassende Kompetenzen und grosses Geschick auf zwischenmenschlicher Ebene verfügen.

Über Bestätigung, Wertschätzung und Anteilnahme lassen sich Mitarbeitende auf eine Weise motivieren, die über den Effekt von Bonusmodellen und Gratifikationen weit hinausgeht. Wer sich und seine Arbeit wahrgenommen und geschätzt sieht, wird auch dann bereit sein, Leistung zu bringen, wenn dies mit grossen persönlichen Anstrengungen verbunden ist; in dem Wissen, dass nicht nur das Ergebnis, sondern auch die damit verbundenen persönlichen Opfer vom Vorgesetzten erkannt und honoriert werden.

TEILNEHMER/INNEN

Dieses Intensivseminar richtet sich an erfahrene Führungskräfte, welche ihre persönliche Kompetenz in der direkten Führung ihrer Mitarbeitenden weiter ausbauen möchten.

THEMENSCHWERPUNKTE

Erfolgsfaktor Führungskompetenz

- Die souveräne Führungspersönlichkeit
- Begeisterung auf andere übertragen
- Ausstrahlungskraft und Charisma
- Entfaltung von Wirkung dank Empathie und Persönlichkeit

Sozialkompetenz für Führungskräfte

- Was Sozialkompetenz beinhaltet
- Das persönliche Leistungspotenzial
- Die Verhaltensmuster in Führungssituationen
- Die beeinflussbaren Faktoren der Persönlichkeit weiterentwickeln

Motivation

- Gesetze der Motivationslehre kennen und anwenden
- Das persönliche Wertesystem kommunizieren
- Mentale Aspekte zur Energiegewinnung
- Empowerment: mehr als nur ein Modewort
- Intuition, Gespür und Einfühlungsvermögen
- Motivationsreparatur: Was tun, wenn ein Einzelereignis an der Motivationslage nagt?

Leistungsbezug

- Ungenutzte Leistungsreserven erkennen und dank Sozialkompetenz nutzen
- Die Macht der Gewohnheiten brechen
- Motivation in Spitzenleistungen überführen
- Aus motivierten Mitarbeitenden erfolgreiche Leistungsträger machen

Persönliche Stärken im Führungsprozess

- Selbststeuerung – mentale Techniken
- Umgang mit Hektik und Stress
- Arbeitseffektivität und richtiges Delegieren
- Coaching und Team-Management

SEMINARDATEN

4914	26.–28.02.2024 Eich
4924	05.–07.06.2024 Steckborn
4924	23.–25.10.2024 Brunnen

Seminargebühr
CHF 3900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

VERHANDLUNGSKOMPETENZ UND GESPRÄCHSFÜHRUNG

Dauer: 3 Tage

3-tägiges Intensivseminar zu den Themen Kommunikation, Verhandeln, Überzeugen. Wir vermitteln neuestes Wissen zum Thema Kommunikation und trainieren ausgewählte Verhandlungssituationen.

Die Teilnehmer absolvieren Übungen und Rollenspiele und analysieren ihr eigenes Verhalten. Dadurch erhalten Sie ein besseres Bild von den eigenen Fähigkeiten und erzielen einen unmittelbaren Lerneffekt.

KONZEPT

Das angestrebte Resultat jeder Verhandlungssituation ist es, andere zu überzeugen

- von der Richtigkeit der eigenen Argumente;
- von einem Konzept oder einer Idee, für die man Allianzen schmieden und Entscheidungsträger begeistern will;
- von einem Angebot oder Auftrag, zu dessen Akzeptanz man den Kunden gewinnen will;
- von Zielen und anzustrebenden Resultaten, zu denen Mitarbeitende motiviert werden sollen.

NUTZEN

In diesem Seminar lernen Sie, Ihr persönliches Gesprächsverhalten auf gewünschte Verhandlungsresultate auszurichten. Sie lernen, auch in schwierigen Gesprächssituationen Akzeptanz und Vertrauen zu gewinnen und eine positive Grundstimmung für Ihr Anliegen zu erzeugen.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte, die ihre Verhandlungskompetenz hinterfragen und optimieren wollen.
- Führungskräfte, die ihre argumentative Überzeugungskraft schärfen wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Kommunikation

- Wie Kommunikation zwischen Menschen funktioniert
- Was Meinungsverschiedenheiten und Interessengegensätze bewirken
- Wie die Erkenntnisse der Kommunikationsforschung in Verhandlungssituationen eingesetzt werden

Einsatz von Kommunikation und Rhetorik in Verhandlungssituationen

- Rhetorische Fähigkeiten
- Die Kunst, eine Argumentationskette aufzubauen
- Die besseren Argumente bieten
- Emotionale Kompetenz in Diskussionen, Sitzungen, Verhandlungen

Erfolgreiche Verhandlungsführung

- Die Phasen einer Verhandlung
- Das Verhandlungsziel
- Strategie und Taktik der Verhandlungsführung
- Der Verhandlungsspielraum
- Umgang mit Unvorhergesehenem

Das Resultat: andere überzeugen

- Die Kunst, Recht zu haben, ohne Besserwisser zu sein
- Die Fähigkeit zu überzeugen, ohne zu überreden
- Win-Win Situationen anstreben
- Das Resultat: Zustimmung mit nachhaltiger Wirkung

SEMINARDATEN

5214 08.–10.04.2024 Steckborn

5224 04.–06.11.2024 Luzern

Seminargebühr
CHF 3900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

EXZELLENZ IN KOMMUNIKATION UND RHETORIK

Dauer: 3 Tage

Die Fähigkeit, zu überzeugen und mitzureissen, ist die wichtigste Kompetenz jeder Führungskraft. Denn erst dadurch lassen sich Andere für eigene Ziele gewinnen und Aufgaben zu deren Erreichung delegieren. Die eigene Leistungsfähigkeit wird entsprechend multipliziert.

Schlüssel zu diesem entscheidenden Schritt vom Ausführer zum Anführer ist die persönliche Kommunikation. Komplexe Sachverhalte müssen verständlich vermittelt und eigene Interessen durch schlagkräftige Argumente untermauert werden.

Das gilt insbesondere in exponierten Momenten und Krisensituationen, da man selbst unter Druck steht und besonders angreifbar ist. Gerade in solchen Momenten muss jede Aussage wohl überlegt sein und jeder Begriff sorgfältig gewählt werden. Bei dieser schwierigen Aufgabe unterstützt Sie dieses 3-tägige Seminar.

TEILNEHMER/INNEN

- Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer, Unternehmer
- Führungskräfte mit Verantwortung für eine Organisation oder einen Teilbereich
- Leiter/innen von Geschäftsfeldern, oder Business Units sowie Gesamtverantwortliche für die Unternehmenskommunikation

THEMENSCHWERPUNKTE

Wirkungsvoll kommunizieren

- Die Gesetzmässigkeiten einer wirkungsvollen Kommunikation nach innen und aussen
- Den persönlichen Kommunikationsstil bewusst steuern und situativ anpassen

Kommunikationsaufgaben und Kommunikationsprozesse

- Kommunikation als umfassendes Instrument, Ziele zu erreichen
- Kommunikationsprozesse organisieren
- Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortlichkeiten festlegen
- Die informellen Informationswege kennen und gezielt für eigene Zwecke einsetzen

Rhetorik und Schlagfertigkeit als wichtige Instrumente der Kommunikation

- Rhetorische Kompetenz als Basis für die Glaubwürdigkeit und den Wert von Positionen
- Schlagfertigkeit als Verteidigung bei unfairer Dialektik und in Konfliktsituationen
- Die wichtigsten Techniken und Stilmittel

Gekonnter Aufbau von Reden und Vorträgen

- Aufbau, Gestaltung und Durchführung einer Rede und eines Vortrags
- Dramaturgie und bewusst gewählte Rhetorik
- Wege zu Aufmerksamkeit, Spannung, Akzeptanz und Sympathie

PR, Medien und Pressearbeit steuern

- Die Logik der Medien und der Medienarbeit verstehen
- Die Handlungsspielräume im Umgang mit Medien kennen und nutzen
- Den Umgang mit Medien trainieren
- Botschaften präzise auswählen und gezielt verbreiten

SEMINARDATEN

4814 18.–20.03.2024 Brunnen

4824 23.–25.09.2024 St. Gallen

Seminargebühr
CHF 3900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ÜBERZEUGEND VERHANDELN

Dauer: 2 × 3 Tage

Einen Grossteil ihrer Zeit verbringen Führungskräfte in Besprechungen und Meetings. Sie benötigen dabei die Fähigkeit, optimal zu kommunizieren, geschickt zu verhandeln und von eigenen Botschaften zu überzeugen. Das 2 x 3-tägige Seminar hilft, diese wichtige Führungskompetenz zu vertiefen.

NUTZEN

Die Teilnehmenden lernen, ziel- und resultatbezogen zu kommunizieren. Sie lernen Techniken, die ihnen helfen, Botschaften wirkungsvoll «zu überbringen». Sie lernen in Verhandlungssituationen eigene Vorstellungen und Ziele mit kooperativer Grundhaltung durchzusetzen.

TEILNEHMER/INNEN

- Executives, Führungskräfte und Spezialist(inn)en, die bestmögliche Kommunikations- und Verhandlungsresultate erreichen wollen und Kommunikation als zentrales «Werkzeug» einer motivierenden und erfolgreichen Führungskraft verstehen.
- Executives und Führungskräfte, die ihre Wirkung durch Rhetorik, Verhandlungsführung und Kommunikation weiter ausbauen und optimieren wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Kommunikation nach innen

Die zentralen Botschaften bestimmen. Möglichkeiten und Grenzen der Kommunikation nach innen kennen. Die Kommunikations-Ziele genauestens definieren. Die Kommunikations-Aufgabe einer Führungskraft wahrnehmen. Wirkungsvoll kommunizieren.

Rhetorik

Mit Worten begeistern. Rhetorik und Verhandlungstechnik als Instrument, um Entscheidungsträger und Schlüsselmitarbeitende von eigenen Ideen zu begeistern.

Überzeugen als Basis für Motivation

Erkennen des persönlichen Stils beim Versuch, andere von der eigenen Meinung zu überzeugen. Erkennen von Optimierungs-Potenzialen. Wie durch richtiges Überzeugen Motivation für Umsetzung entsteht.

Verhandeln im Führungsprozess

Verbale und nonverbale Kommunikation. Grundmuster und Gesetzmässigkeiten der Rhetorik. Wie Kommunikation im Führungsprozess funktioniert.

Verhandlungs-Techniken

Geschicktes, zielorientiertes Verhandeln als Kernkompetenz. Gesetzmässigkeiten. Techniken. Besser verhandeln: wie vorgehen?

Überzeugend verhandeln

Argumentative Kompetenz im Verhandlungsprozess. Die Auseinandersetzung um geschäftliche Vorteile taktisch richtig führen. Verhandlungstechniken gezielt einsetzen.

Verhandlungserfolge bewirken

Verhandlungschancen erkennen. Aus Interessenskonflikten Win-Win-Situationen machen. Hart verhandeln, wo nötig.

SEMINARDATEN

8614
Teil 1: 18.–20.03.2024 Brunnen
Teil 2: 08.–10.04.2024 Steckborn

8624
Teil 1: 18.–20.03.2024 Brunnen
Teil 2: 04.–06.11.2024 Luzern

8634
Teil 1: 08.–10.04.2024 Steckborn
Teil 2: 23.–25.09.2024 St. Gallen

8644
Teil 1: 23.–25.09.2024 St. Gallen
Teil 2: 04.–06.11.2024 Luzern

8654
Teil 1: 04.–06.11.2024 Luzern
Teil 2: 17.–19.03.2025 St. Gallen

Seminargebühr
CHF 7500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

AUTHENTISCH AUFTRETEN

Dauer: 2 × 3 Tage

Authentisch Auftreten heisst nicht unvorbereitet und frei agieren, sondern die innere Überzeugung nach aussen projizieren. Dies erfordert das Bewusstsein über Wirkung und Wahrnehmung der eigenen Kommunikation auf Dritte. Das 2-teilige Seminar schärft die notwendigen Kompetenzen für dieses authentische Auftreten.

Um authentisch Auftreten zu können, muss man sich seiner eigenen Werte, Ziele und auch Wirkung bewusst sein. Mittels Abgleich zwischen Selbst- und Fremdbild kann die eigene Kommunikations- und Führungsfähigkeit beurteilt werden. Um das gewünschte Auftreten zu gestalten, müssen die Stärken gezielt eingesetzt und die innere Überzeugung mit methodischer Unterstützung nach aussen getragen werden. Ziel des Seminars ist es, sich seiner eigenen Wirkung bewusst zu werden und mit Hilfe von Tools und Übungen das authentische Auftreten zu schärfen und zu verinnerlichen.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte mit Verantwortung für eine Organisation oder einen Teilbereich.
- Führungskräfte, die authentisch Auftreten und sich ihrer Wirkung bewusst sein wollen.
- Führungskräfte, die erfolgreich mit den unterschiedlichen Stakeholdern kommunizieren müssen.
- Spezialisten und Senior Experts, die Führungskräfte und Entscheidungsträger überzeugen müssen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Persönlichkeit und Wirkung
- Die Entwicklung von einer Person zu einer Persönlichkeit
- Die Merkmale der eigenen Persönlichkeit kennen

Wahrnehmung der Persönlichkeit
- Symbole und Verhaltensmerkmale
- Die Wirkung und Gestaltung des ersten Eindrucks

Die eigenen Besonderheiten als Kommunikator und Führungskraft
- Ausgangspunkt Selbstbild
- Das unterschiedliche Führungsverhalten im Normal- und Stresszustand

Der Einsatz der eigenen Stärken
- Welche eigenen persönlichen Stärken sind in der Kommunikation und dem Führungsverhalten vorhanden?
- Wie wirke ich auf andere? Welche Rolle nehme ich ein?

Mit Kommunikation überzeugen
- Wie erreiche ich wirkungsvollen Kommunikation nach innen und aussen?
- Den persönlichen Kommunikationsstil bewusst steuern und situativ adaptieren

Schlagfertigkeit und Rhetorik
- Glaubwürdigkeit schaffen und sich dem Wert der eigenen Position bewusst sein
- Schlagfertigkeit als Verteidigung bei unfairer Dialektik und in Konfliktsituationen

Reden und Vorträgen vorbereiten
- Aufbau, Gestaltung und Durchführung
- Rhetorik und Dramaturgie steuern
- Aufmerksamkeit, Spannung, Akzeptanz und Sympathie fördern

Medien und Pressearbeit
- Den richtigen Umgang mit Medien wählen und den eigenen Spielraum nutzen
- Medientraining
- Gezielte Verbreitung der eigenen Botschaft

SEMINARDATEN

6414
Teil 1: 04.–06.03.2024 Wildhaus
Teil 2: 18.–20.03.2024 Brunnen

6424
Teil 1: 04.–06.03.2024 Wildhaus
Teil 2: 23.–25.09.2024 St. Gallen

6434
Teil 1: 01.–03.07.2024 Hallwilersee
Teil 2: 23.–25.09.2024 St. Gallen

6444
Teil 1: 18.–20.11.2024 Brunnen
Teil 2: 17.–19.03.2025 St. Gallen

Seminargebühr
CHF 7500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

DIE EFFEKTIVE FÜHRUNGS-PERSÖNLICHKEIT

Dauer: 4 Tage und 3 Tage

Wer führen will, muss Führungspersönlichkeit sein. In diesem Sinne sind Führungskräfte in erster Linie Vorbilder. Das 2-teilige Seminar vermittelt entscheidende Impulse zur Weiterentwicklung und Vertiefung Ihrer Führungspersönlichkeit.

Sie entdecken Ihre Talente neu und arbeiten an Selbstsicherheit, Durchsetzungsvermögen und Kontaktfähigkeit, der Fähigkeit, eigene Gedanken, Gefühle, Bedürfnisse und Interessen zu erkennen und professionell auszudrücken.
Gestärkt mit einem erweiterten Selbstbewusstsein können Sie zusätzliche Führungswirkung entfalten, gewinnen mehr Ausstrahlung und schaffen so die Voraussetzung für mehr Erfolg. Dank neuen Techniken der Gesprächsführung verstehen Sie andere zu überzeugen und für Ihre Ziele und Ideen zu gewinnen.

AUFBAU

Teil 1: 4-tägiges Führungsseminar
Teil 2: 3-tägiges Kommunikationsseminar

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte, der oberen Management-Ebene, die sich intensiv mit ihrer Führungsrolle auseinandersetzen wollen.
- Führungskräfte und Spezialisten, die ihre Talente und Kernfähigkeiten im Berufsalltag optimal zur Anwendung bringen wollen.
- Manager, die Ruhe und Souveränität auszustrahlen wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Grundlagen der Persönlichkeit
- Die wichtigsten Konzepte der Persönlichkeitsforschung
- Die Persönlichkeitsstruktur
- Entwicklungspsychologische Grundlagen

Check der eigenen Persönlichkeit
- Meine inneren Antreiber, meine Einstellungen
- Aufspüren von Talenten und Fähigkeiten
- Verschiedene Persönlichkeitstests

Mentale Stärken entwickeln
- Persönliche Erfolgsaussichten
- Persönliche Vision und Zielplanung
- Selbstdisziplin und «Follow-through»

Entwicklung von Führungssouveränität
- Technik des Modeling: Was zeichnet charakterstarke Persönlichkeiten aus?
- Authentizität: Von innen heraus stark wirken
- Kultursteuerung mit Wertdispositionen
- Mit «Life Balance» zur psychologischen und emotionalen Stabilität
- Umstellung auf positives Denken
- Menschenkenntnis stärken

Wirkungsvolles Führen
- Den eigenen Führungsstil entwickeln
- Abbau von Formalmasken
- Balance zwischen Hard- und Softlining
- Mein persönliches Kommunikationsverhalten
- Wirkung durch Körpersprache
- Die Bedeutung des Sympathiewertes

Überzeugende Gesprächsführung
- Gesetze der zwischenmenschlichen Kommunikation
- Techniken der Gesprächsführung
- Führen durch das gewinnende Gespräch

Verhandlungsstärke
- Strategische Vorbereitung von Verhandlungen
- Interessen anstelle von Positionen verfolgen
- Wie Win-Win-Situationen zustande kommen

SEMINARDATEN

8414
Teil 1: 29.01.–01.02.2024 Brunnen
Teil 2: 08.–10.04.2024 Steckborn

8424
Teil 1: 18.–21.03.2024 Luzern
Teil 2: 08.–10.04.2024 Steckborn

8434
Teil 1: 03.–06.06.2024 Luzern
Teil 2: 04.–06.11.2024 Luzern

8444
Teil 1: 19.–22.08.2024 Brunnen
Teil 2: 04.–06.11.2024 Luzern

8454
Teil 1: 07.–10.10.2024 St. Gallen
Teil 2: 04.–06.11.2024 Luzern

Seminargebühr
CHF 8900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

STRATEGIE

56 Strategisches Management
58 Strategie und Implementierung
59 Business Innovation Programm
60 Nachhaltige Unternehmensführung (ESG)
61 Strategisches Management für Juniors
62 Strategisches Marktmanagement

STRATEGISCHES MANAGEMENT

Dauer: 4 Tage

**Auf die Frage «Wie soll unser Unternehmen in 2 bis 5 Jahren aussehen?» kann kaum ein Unternehmer, kaum eine Führungskraft antworten: «Genau so wie heute.»
Ein dynamisches wirtschaftliches, technologisches, soziales und ökologisches Umfeld zwingt jedes Unternehmen zu permanenten Anpassungs- und Lernprozessen.**

Aktive Zukunftssicherung kann daher nur betrieben werden, wenn obige Frage klar beantwortet und die Antwort von Kapitalgeber, Management und Mitarbeitern akzeptiert ist. Damit nun jeder Einzelne im Unternehmen weiss, welche Zukunft das Unternehmen anstrebt, welche Stossrichtung dafür voranzutreiben ist und welchen Beitrag er selbst dazu leisten muss, bedarf es einer prägnanten Strategie. Soll diese nicht lediglich Papierwerk bleiben, sondern das Denken und Handeln der Mitarbeiter entscheidend beeinflussen, müssen die Schlüsselmitarbeiter in den Prozess der Erarbeitung und Umsetzung der Strategie mit einbezogen werden. Aus einer Strategie entsteht dadurch der Prozess der strategischen Führung.

Zielsetzung dieses Seminars ist, die wesentlichen Erkenntnisse strategischer Unternehmensführung systematisch darzulegen.
Die Referenten vermitteln ein Instrumentarium zur Erarbeitung und Implementierung des strategischen Managements, das sich in zahlreichen Projekten bestens bewährt hat.
Es basiert auf folgenden Grundüberlegungen:

Die Zukunft gestalten

Weder überraschend auftretende Sachzwänge noch so genannt «gute Gelegenheiten» sollen die Entwicklungsrichtung des Unternehmens bestimmen. Wir planen die Zukunft im Rahmen ehrgeiziger Handlungsoptionen und treffen heute bereits Massnahmen, um auch in Zukunft überdurchschnittlich erfolgreich zu sein.

Mitarbeiter einbeziehen

Wir erwarten von unseren Mitarbeitern Tatendrang und unternehmerischen Initiativgeist. Als Voraussetzung dazu erarbeiten wir die zukünftige Marschrichtung des Unternehmens gemeinsam mit unseren Schlüsselmitarbeitern. Jeder soll teilnehmen, der massgeblich zur Strategieerarbeitung oder Strategieumsetzung beitragen kann.

Mut zu Veränderungen

Strategische Kurskorrekturen setzen Veränderungen voraus. Das Festhalten am Altbewährten ist in der Regel stärker als der Wille zu solchen Veränderungen. Die gemeinsame Strategieerarbeitung und der gemeinsame Beschluss zu der neuen Stossrichtung sollen den wichtigsten Leistungsträgern unseres Unternehmens Mut zu diesen Veränderungen machen und sie darin bestärken, zu realisieren, was gemeinsam beschlossen wurde.

Der Täuschung operativer Daten entrinnen

Erfolg motiviert. Erfolg, vor allem wenn er schon seit Jahren unentwegt eintritt, macht jedoch auch träge und verschleiert den Blick für bedrohliche Entwicklungen. Mit dem Strategieprojekt bezwecken wir, die Sinne zu schärfen, uns im Hinblick auf zukünftige schlechtere Zeiten zu dynamisieren und die Faktoren unseres Erfolgs wieder in Erinnerung zu rufen.

Die Projektsteuerung

Die Erarbeitung und Umsetzung der Strategie ist ein komplexer Prozess. Wir legen grossen Wert auf eine effiziente Projektsteuerung und wollen Doppelspurigkeiten, unnötige Zeitverluste und Verzögerungen vermeiden. Dazu benötigen wir ein bewährtes Instrumentarium.

Das Seminar vereint die neuesten Erkenntnisse der Managementlehre mit konkreten Erfahrungen der Praxis. Der Teilnehmer/die Teilnehmerin ist nach dem Seminar in der Lage:

- eine strategische Analyse durchzuführen, die Ausgangslage für die Zukunft zu erfassen und den Handlungsbedarf zur Zukunftssicherung zu definieren,
- häufig vorkommende Irrtümer in der strategischen Planung rechtzeitig zu erkennen,
- vorhandene Strategieoptionen zu formulieren,
- eine erfolgsorientierte Strategie zu bestimmen,
- Massnahmen zur Strategieimplementierung und Kontrolle einzuleiten.

Ausführliche Seminarunterlagen und vom St. Galler Management Programm entwickelte «Arbeitsinstrumente» ermöglichen eine direkte Umsetzung des Stoffs.
Besondere Beachtung findet der Faktor Zeit. Wir zeigen, warum gerade in einer Welt, die sich immer «schneller dreht» und in der vieles unplanbar ist, strategisches Denken so wichtig ist.

THEMENSCHWERPUNKTE

Das St. Galler Strategiekonzept

- Grundlagen der strategischen Führung
- Strategisches Management als Element des Führungskonzepts
- Wirkung strategischer Entscheidungen
- Erfolgspotenziale als Basis für Spitzenleistungen

Strategische Analysen

- Die Muss-Analysen im Rahmen eines Strategieprojekts
- Analysen zur Verteidigung der heutigen Marktpositionen
- Analysen zum Aufbau neuer Marktpositionen
- Kundenbedürfnisse und Kundenprobleme
- Die Bewältigung von technologischen Substitutionen und Strukturwandel
- Fokussierung, Outsourcing, Allianzen, Komplexitätsabbau

Strategien in Zeiten des Wandels

- Strategisches Navigieren im Hyperwettbewerb
- Die Steuerung der Werttreiber
- Das Konzept der Kernkompetenzen
- Evolution in kleinen Schritten oder der grosse Wurf?
- Das Management von Diskontinuitäten
- Geschäftsmodelle im digitalen Zeitalter

Geschäftsfeldgliederung und Struktur-Management

- Wie die Geschäftsfeldgliederung die Entwicklungsrichtung vorbestimmt
- Geschäftsfelder und Business Units bestimmen
- Anpassung von Strukturen und Prozessen

Strategieformulierung

- Strategische Optionen
- Zukünftige Marktpositionen und Portfolio-Management
- Methoden und Instrumente zur Strategieformulierung
- Vermeidung gefährlicher Irrtümer auf dem Weg in die Zukunft
- Von Utopien über Visionen zum Erfolg von morgen
- Von Strategien, die nur Geld kosten, zu solchen, die Geld bringen
- Überführung strategischer Pläne in Budgets und quantitative Zielvorgaben

Implementierung der Strategie

- Methoden zur erfolgreichen Umsetzung strategischer Konzepte
- Strategische Frühwarnsysteme und Strategie-Controlling
- St. Galler Implementierungsbarometer

Vernetztes Denken

Die Verankerung strategischer Ziele im Führungs- und Organisationskonzept.

SEMINARDATEN

3014	22.–25.01.2024, St. Gallen
3024	04.–07.03.2024, Davos
3034	17.–20.06.2024, Luzern
3044	26.–29.08.2024, St. Gallen
3054	11.–14.11.2024, Luzern

Seminargebühr
CHF 5500.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/30

STRATEGIE UND IMPLEMENTIERUNG

Dauer: 2 × 4 Tage

Eine gute Strategie herzuleiten und griffig zu formulieren ist das eine, die angestrebten Ziele auch voll zu erreichen leider oft etwas ganz anderes.

Die Hauptgründe für das Scheitern liegen dabei meist nicht in der Schlüssigkeit der angestrebten Stossrichtung, sondern im Beharrungsvermögen von Kultur und Strukturen, welche oftmals vehement unterschätzt wird.
Ein Strategieprojekt endet nicht mit Formulierung der Strategie, sondern erst, wenn die Erreichung der angestrebten Ziele auch absehbar gewährleistet ist. Dies bedingt aber für die verantwortlichen Mitarbeiter, dass sie nicht nur mit den Konzepten und Methoden des Strategischen Managements vertraut sind, sondern auch verstehen, welche Konsequenzen sich aus der neuen Stossrichtung für Mitarbeiter und Organisation ergeben und mit welchen Reaktionen von dort zu rechnen ist.
Nur wenn die Barrieren für eine erfolgreiche Umsetzung im Vorfeld erkannt und beseitigt werden, kann ein Strategieprojekt effektiv durchgeführt werden.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Oberste und obere Führungskräfte, die über strategische Weichenstellungen selbst entscheiden oder mitentscheiden.
- Führungskräfte, die Strategievorschläge und -Vorgaben hinterfragen und auf ihre Plausibilität überprüfen.
- Führungskräfte und Spezialisten, die für ihren Verantwortungsbereich an der Umsetzung neuer Strategien beteiligt sind.
- Entscheidungsträger aus Geschäftsleitung, Vorstand, Verwaltungs- und Aufsichtsrat.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

- Erkenntnisse aus der Strategieforschung
- Der richtige Umgang mit Normstrategien
- Zwang zur Grösse oder bewusster Verzicht auf Marktanteilsstreben?
- Der Prozess der Strategiefindung
- Die richtige Position in Markt und Wettbewerb bestimmen
- Strategie-Optionen entwickeln
- Präzise Strategien formulieren

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Lenkung

- Gewollte Veränderungen durchzusetzen
- Das Denken und Handeln von Mitarbeitern in eine strategiekonforme Richtung lenken
- Strategische Anreize gezielt einsetzen

Systemgestaltung

- Neue Strukturen, neue Wertschöpfungs- und Geschäftsmodelle
- Neue Kernkompetenzen, neue «human skills», neue Kultur, neue Prozesse, angepasste Informations- und Kommunikations- Systeme
- Strategisches Leadership

Steuerung des Change Prozess

- Der Ablaufsprozess bei Veränderungen
- Implementierungsbarrieren erkennen
- Mitarbeiter in den Change Prozess integrieren
- Ein Change Team aufbauen und aktivieren
- Fordern und fördern während des Veränderungsprozesses
- Widerstand frühzeitig erkennen und reagieren
- Den Wandel sichern und messen

SEMINARDATEN

3314
Teil 1: 22.–25.01.2024 St. Gallen
Teil 2: 15.–18.04.2024 Hallwilersee

3324
Teil 1: 04.–07.03.2024 Davos
Teil 2: 15.–18.04.2024 Hallwilersee

3334
Teil 1: 17.–20.06.2024 Luzern
Teil 2: 16.–19.09.2024 Eich

3354
Teil 1: 26.–29.08.2024 St. Gallen
Teil 2: 02.–05.12.2024 Luzern

3364
Teil 1: 11.–14.11.2024 Luzern
Teil 2: 02.–05.12.2024 Luzern

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

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

BUSINESS INNOVATION PROGRAMM

Dauer: 1 × 4 Tage und 2 × 3 Tage

Eine nachhaltig erfolgreiche Unternehmensführung bedingt ein kontinuierliches erneuern und optimieren des Geschäfts. Die 3-teilige Seminarreihe legt den Fokus auf Business Innovation im Zeitalter des digitalen Wandels.

Kein Unternehmen kann sich Stillstand leisten. Im Sinne einer schöpferischen/kreativen Unruhe/Zerstörung ist jedes Unternehmen gefordert sich stets zu erneuern und Business Innovation zu betreiben. Um diesen Prozess anzustossen, benötigt es Wissen über die aktuellsten Veränderungen mit speziellem Fokus auf die digitale Transformation und den Innovationsprozess aus strategischer Sicht. Um den Erfolg zu begünstigen, braucht es zudem effektives Leadership, welches für die nötige Veränderung begeistert.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Geschäftsleitungen, Entrepreneure
- Verantwortliche für strategische Vorhaben und Änderungsprojekte
- Führungskräfte aus allen Bereichen, welche die Transformation im Unternehmen vorantreiben möchten
- Leitende Mitarbeitende aus Stabsbereichen mit Gestaltungs- und Entwicklungsaufgaben

TEIL 1: DIGITALE BUSINESS TRANSFORMATION

Der digitale Wandel schafft neue Märkte, neue Wettbewerber und neue Ansätze der Leistungserbringung. Für gestandene Unternehmen bedeutet dies, alte Geschäftsmodelle und Unternehmenspraktiken zu hinterfragen und mit neuen Erfolgsmodellen der digitalen Welt zu verbinden.

- Digital Business und digitale Ökosysteme
- Entwicklung neuer Geschäftsmodelle, neuer Produkte oder Dienstleistungen als Teil des bestehenden Angebots
- Förderung einer digitalen Unternehmenskultur
- Unterstützung des digitalen Wandels

TEIL 2: STRATEGISCHE INNOVATION

Für etablierte Unternehmen gilt es die Balance zu finden zwischen einer Optimierung des Kerngeschäfts und der Förderung neuer, kundenzentrierter Innovationen zur Zukunftssicherung. Wie lassen sich mit den vorhandenen Stärken sowohl kurzfristige Erfolge wie auch zukünftige Chancen realisieren?

- Herausforderungen und Chancen etablierter Unternehmen in dynamischen Umfeldern
- Framework für strategische Innovation in Unternehmen
- Systematische Entwicklung und Umsetzung innovativer Massnahmen
- Management strategischer Innovationen
- Erfolgsfaktoren zur nachhaltigen Implementierung strategischer Innovationen

TEIL 3: EFFEKTIVES LEADERSHIP

Die persönliche Entwicklung ist die Basis für gutes Leadership. Im Mittelpunkt des dritten Programmteils steht die Reflektion der eigenen Führungsperson mit dem Ziel, als Kommunikator und Motivator effektiv auftreten und Vision umsetzen zu können.

- Vier Führungsrollen: Management, Coaching, Clienting, Leadership
- Effektive Kommunikation als Leader
- Life Balance als Erfolgsfaktor
- Die eigenen Visionen und Wertvorstellungen definieren
- High Performing Teams: Motivation für Spitzenleistung

SEMINARDATEN

3614

Teil 1: 08.–11.04.2024
Luzern
Teil 2: 21.–23.10.2024
St. Gallen
Teil 3: 25.–27.11.2024
Hallwilersee

3624

Teil 1: 11.–14.11.2024
St. Gallen
Teil 2: 31.03.–02.04.2025
Wildhaus
Teil 3: 23.–25.06.2025
Brunnen

Seminargebühr
CHF 11900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

NACHHALTIGE UNTERNEHMENS-FÜHRUNG (ESG)

Dauer: 3 Tage

Corporate Social Responsibility, CSR bzw. ESG, ist zu einem festen Bestandteil der Differenzierung eines Unternehmens geworden. Nachhaltige Unternehmensführung ist keine Alibi-Übung, sondern ein Schlüssel zum Erfolg. In drei Tagen erhalten Executives und Führungskräfte, zuständig für ESG und Strategie, die notwendigen Tools und Anleitungen, um ESG gewinnbringend zu installieren oder zu verbessern.

Nachhaltige Unternehmensführung ist eine normative und strategische Angelegenheit und kann nicht nach unten delegiert werden. Die Führungsspitze ist verantwortlich im Rahmen des Stakeholder Managements die erfolgsversprechenden ESG Massnahmen zu beschliessen und in die Unternehmensstrategie zu integrieren. Für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg muss die gesellschaftliche Verantwortung gewinnbringend wahrgenommen werden und deren Chancen und Risiken bei den strategischen Weichenstellungen und Entscheidungen mitberücksichtigt werden.
Das Seminar befasst sich mit den Themen der Integration von ESG in das Unternehmen, den Fragen zu gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen, der Implementierung von verabschiedeten Prinzipen und Massnahmen, der Berichterstattung sowie dem Reporting zu Nachhaltigkeit und ESG.

THEMENSCHWERPUNKTE

Stakeholder Management
- Nachhaltigkeit als Teil des St. Galler Management-Ansatzes
- Die Frage nach der gesellschaftlichen Verantwortung eines Unternehmens
- Die Stakeholder eines Unternehmens
- Die Chancen und Risiken von ESG für das Unternehmen

Unternehmensführung und Corporate Social Responsibility
- Die Prinzipien von ESG
- Integration von ESG in die Unternehmensstrategie
- Die Stakeholder Matrix
- Nachhaltiger wirtschaftlicher Erfolg dank ESG
- Controlling von ESG Initiativen und Massnahmen

ESG-Grundsätze
- Transparenz und Verantwortlichkeit
- Compliance und Standards

Gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen
- Implementierung von ESG im Unternehmen
- ESG als Teil der Vision des Unternehmens
- ESG und Strategie verbinden
- Lancierung von ESG Initiativen und Massnahmen im Unternehmen
- Berichterstattung, Kommunikation und Erfolgsmeldungen

ESG als Managementaufgabe
- Arbeitsbedingungen & Supply Chain Management
- CO_2-Ausstoss und Klimaerwärmung
- Legale und faire Geschäftspraktiken
- Anti-Korruptionsrichtlinien
- Menschenrechte & Good Governance
- Achtung der Verbraucherinteressen
- Nachhaltiges Engagement für die Gesellschaft
- Corporate Governance, Unternehmensleitlinien und Kontrollorgane

Berichterstattung
- Kommunikation zum Thema ESG
- Nachhaltigkeitsberichterstattung
- ESG als Marketingtool: Chancen und Risiken
- Aufbau von Vertrauen

Werte und Nachhaltigkeit
- Das Topmanagement als Teil des ESG Prozesses
- Eine ESG Landkarte entwickeln
- Ressourcen, Strategien, Umsetzungsmöglichkeiten

SEMINARDATEN

3514 08.–10.04.2024 Wildhaus

3524 11.–13.11.2024 Wildhaus

Seminargebühr
CHF 3900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

STRATEGISCHES MANAGEMENT FÜR JUNIORS

Dauer: 4 Tage

Das Handwerk des Strategischen Managements muss gelernt werden. Bereits als jüngere Führungskraft sollten Sie die Gesetzmässigkeiten, die Instrumente und den Praxiseinsatz des Strategischen Managements erlernen, denn:

- Nur wer die Kerngedanken einer Strategie versteht, kann seinen eigenen Beitrag zur Umsetzung leisten.
- Nur wer die von oben vorgegebenen Konzepte und Ziele ganzheitlich erkennt, kann das eigene Team oder Kollegen dafür motivieren und für gemeinsamen Erfolg begeistern.
- Nur wer gelernt hat, strategische Analysen durchzuführen und präzise Geschäftsstrategien zu erarbeiten, kann qualifizierte Entscheidungsanträge für eigene Geschäfte, Produkte, Kundensegmente, Länder oder strategische Projekte ausarbeiten und vorstellen.

In diesem 4-tägigen Seminar lernen jüngere Führungskräfte und Spezialisten aus allen Bereichen die praxisbezogenen Instrumente und Gesetzmässigkeiten eines wirkungsvollen strategischen und marktbezogenen Managements.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Jüngere Führungskräfte, die vorgegebene Strategien noch wirkungsvoller umsetzen wollen.
- Spezialisten und Nachwuchskräfte, die sich für eine höhere Aufgabe vorbereiten wollen, in der Kenntnisse des strategischen und kundenfokussierten Denkens vorausgesetzt werden.
- Junior Manager, die selbst Strategien erarbeiten werden.
- Förderungswürdige Nachwuchskräfte aus allen Bereichen, die Kompetenz in Strategiefragen zu ihrem persönlichen Fähigkeits-Portfolio hinzufügen wollen.

LERNZIELE

- Welches sind die Aufgaben und Resultate eines guten Managers?
- Was heisst «Zukunftssicherung dank Strategie»?
- Wie werden Marktlücken erkannt und Marktchancen geortet?
- Wie entsteht eine chancenreiche Geschäftsidee?
- Wie wird aus einer Geschäftsidee ein greifbares Geschäftsmodell?
- Welche strategischen Gesetzmässigkeiten sind zu beachten?
- Was beinhaltet eine strategische Analyse?
- Wie werden strategische Optionen entwickelt und bewertet?
- Wie wird eine Geschäftsstrategie formuliert und bewertet?
- Wie werden aus Kernkompetenzen neue Geschäfte geformt?
- Wie kann die Geschäftsstrategie ins Marketing überführt werden?
- Was braucht es, um Markterfolg zu ernten?
- Wie wird eine erfolgversprechende Markterfolgs-Konzeption erstellt?
- Wie wird der Erfolg am Verkaufspunkt gesteuert?
- Wie nutze ich Cockpits als Führungsinstrument?

Das Seminar ist sehr strukturiert aufgebaut. Anschauliche Beispiele und wertvolle Instrumente erlauben es, das Wissen sofort anzuwenden.

SEMINARDATEN

2424	11.–14.03.2024 Wildhaus
2434	22.–25.04.2024 Brunnen
2444	02.–05.09.2024 Davos
2454	04.–07.11.2024 Hallwilersee

Seminargebühr
CHF 4500.–*
(zzgl. 7.7% MWST)**

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

** länderspezifische MWST für Seminare ausserhalb der Schweiz.

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/24

STRATEGISCHES MARKTMANAGEMENT

Dauer: 2 × 4 Tage

Strategisches Marktmanagement ist ein 2-teiliges Programm für Führungskräfte mit Verantwortung für Märkte, Länder, Kunden, Produktgruppen, Marken, Vertriebskanäle. Es verbindet zwei zentrale Aspekte: Das ständige Bemühen um Wachstum und Rentabilitätssteigerung im Rahmen des Strategischen Managements mit starkem Fokus auf Marktnähe und Kunden im Rahmen des Marketing-Managements.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte, die für Umsatzwachstum und Ergebnisse verantwortlich sind.
- Führungskräfte, die im Rahmen des Marktmanagements für Marktpositionierung und strategische Weiterentwicklung zuständig sind.
- Verantwortliche aus Marketing, Verkauf, Vertrieb und Marketingfunktionen, die für die Umsetzung des Strategischen Managements in das Marketing Management zuständig sind.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1:

Das strategische Konzept
- Bedeutung von Wachstum für die Überlebensfähigkeit eines Geschäfts
- Wie Wachstum erzielt werden kann
- Wie Wachstum vom Management gesteuert wird

Strategische Positionen analysieren
- Das Geschäfts-Portfolio
- Überprüfen des Geschäftsmodells
- Wachstumsbeschleunigende Geschäftsdefinitionen

Wachstums-Potenziale erkennen
- Ungelöste Kundenprobleme, neue Kundennutzen
- Potenziale bestehender Kunden
- Brachliegende Geschäftspotenziale
- Marktanteils-Steigerung und Business Development

Die Rentabilitätstreiber steuern
- Die wichtigsten Rentabilitäts-Treiber
- Sinnvolle Kombination und aktive Steuerung von Wachstum und Rentabilität

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2:

Markt- und Kundenorientierung
- Markt- und kundenorientierte Unternehmensführung
- Die Bausteine des Marketing- und Vertriebsmanagement
- Trends und Entwicklungen
- Gesetzmässigkeiten dynamischer Märkte

Marketing Strategien
- Marketing Strategien entwickeln und umsetzen
- Struktur und Inhalt eines produkt- und marktorientierten Plans
- Der Marketing-Mix

Kunden-Management
- Vom Produktverkauf zum Value Selling
- Die Steuerung des Kundenportfolios
- Kundenwert-Management

Marktbearbeitung
- Gekonnte Kommunikation
- Wirkungsvolle Verkaufsförderung
- Einsatz des E-Marketing

Marketing- und Vertriebscontrolling
- Der Produktmanager als Controller
- Wie Marketing- und Vertriebscontrolling funktioniert
- Führungs- und Steuerungsinstrumente für die eigene Praxis

SEMINARDATEN

8714
Teil 1: 22.–25.01.2024 St. Gallen
Teil 2: 08.–11.04.2024 Hallwilersee

8724
Teil 1: 04.–07.03.2024 Davos
Teil 2: 08.–11.04.2024 Hallwilersee

8734
Teil 1: 17.–20.06.2024 Luzern
Teil 2: 02.–05.09.2024 St. Gallen

8754
Teil 1: 26.–29.08.2024 St. Gallen
Teil 2: 25.–28.11.2024 Horn/St. Gallen

8764
Teil 1: 11.–14.11.2024 Luzern
Teil 2: 25.–28.11.2024 Horn/St. Gallen

Seminargebühr
CHF 9500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

MARKETING VERKAUF/VERTRIEB

64 St. Galler Marketing Programm
65 Corporate Brand Management
66 Effective Marketing
67 On- und Offline Marketing
68 Online Marketing & Social Media
69 Markterfolg sichern
70 Management Programm für Produktmanager
71 Management Programm für Verkaufs- und Vertriebsleiter
72 Strategisches Verkaufsmanagement
74 Verkaufs- und Vertriebsmanagement

ST. GALLER MARKETING PROGRAMM

Dauer: 2 × 4 Tage

Falsch verstandenes Marketing führt zu «Aktionitis» – gekonntes Marketing zu Resultaten.

Dazu braucht es:

- vertiefte Einsicht in die Gesetzmässigkeiten und Erfolgsfaktoren des eigenen Marktes.
- Informationen über Kundenbedürfnisse, Kundenzufriedenheit und ungelöste Kundenprobleme.
- Kenntnis der Ausgangslage und Handlungsoptionen aller Marktteilnehmer.
- konzeptionell überzeugende Leistungspakete für griffig segmentierte Zielgruppen beziehungsweise Marktsegmente.
- Kostenstrukturen, die einen preispolitischen Spielraum zulassen.
- ein Marktbearbeitungskonzept, das die für den Markterfolg nötige Vermarktungsstärke erzeugt.
- Bereitschaft zu «Investitionen in den Markt», allerdings basierend auf einem guten Gespür für eine vernünftige Input-Output-Relation.
- Konsequenz in der Umsetzung im Verkauf und in der Kommunikation nach innen und nach aussen.

Diese Bestandteile eines ganzheitlichen resultatorientierten Marketings werden im 2-teiligen St. Galler Marketing Programm anhand von Praxisbeispielen erarbeitet. Neuestes Wissen wird mit bewährten Instrumenten und Methoden aus der vielfältigen Welt des Marketings kombiniert.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte und Spezialisten aus allen Fachbereichen, die eine Gesamtsicht zum modernen Marketing wünschen
- Zentrale Dienstleister
- Produktmanager, Projektleiter
- Marketingleiter, Verkaufsleiter und Key-Account-Manager
- Führungskräfte und Spezialisten mit Markt-, Kunden- oder Umsatzverantwortung

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

- Die wichtigsten Analysen im Marketing
- Marketing-Strategie und Marketingkonzept
- Marktbearbeitungskonzept
- Marketingplanung
- Corporate Brand Management

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Der zweite Seminarteil widmet sich der Frage, wie sich die Vorgaben des Marketing-Konzepts in Verkaufserfolg und damit in messbare Ergebnisse überführen lassen.

- Verkaufs- und Vertriebs-Strategien
- Umsetzung am Verkaufspunkt
- Verkaufssteuerung und Verkaufscontrolling
- Key-Account Management

Spezialthemen

Ausgewählte Spezialthemen sind für eine vertiefte Bearbeitung anhand von Fallstudien und eigenen Problemstellungen der Teilnehmer vorgesehen:

- Servicemanagement: Einzigartig dank Dienstleistungen
- Markenpolitik: Konzeption und Realisierung einer Marke
- Strategische Positionierung: Mit der richtigen Markterfolgskonzeption zum Erfolg bestimmt
- Sortimentspolitik: Sortimentsausweitung oder Sortimentsstraffung?
- Preispolitik: Höchstpreis oder Discounting?
- Vermarktung: Wege zur Vermarktungsstärke
- Innovationspolitik: Marktlücken finden, Marktnischen besetzen

SEMINARDATEN

4214
Teil 1: 22.–25.01.2024 Eich
Teil 2: 10.–13.06.2024 Hallwilersee

4224
Teil 1: 08.–11.04.2024 Hallwilersee
Teil 2: 10.–13.06.2024 Hallwilersee

4234
Teil 1: 02.–05.09.2024 St. Gallen
Teil 2: 04.–07.11.2024 St. Gallen

4244
Teil 1: 25.–28.11.2024 Horn/St. Gallen
Teil 2: 20.–23.01.2025 Brunnen

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

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

CORPORATE BRAND MANAGEMENT

Dauer: 3 Tage

Differenzierung gehört in unserem Kulturkreis mit seinen oft diskutiert hohen Produktionskosten zu den wichtigsten Aufgaben des Strategischen Managements. Nur wem es gelingt, die eigene Leistung als Marke vom Wettbewerb abzugrenzen, der kann dem reinen Preiswettbewerb entgehen.

In diesem Seminar lernen die Teilnehmenden, wie ganzheitliche Markenführung funktioniert. Sie sind in der Lage, die Systematik des ganzheitlichen, systemorientierten Corporate Brand Managements in der Praxis anzuwenden. Sie erhalten vertiefte Einblicke in die zentralen Erkenntnisse aus dem Bereich der Unternehmenskommunikation und in die Instrumente, die aus Sicht des Executive Managements dafür einzusetzen sind.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Executive Verantwortliche aus allen Bereichen, die für die Reputation und das Erscheinungsbild am Markt (Corporate Image) verantwortlich sind
- Direktoren und Geschäftsführer
- Unternehmer und geschäftsführende Gesellschafter
- Kommunikationsverantwortliche aus Wirtschaft, Institutionen und öffentlicher Verwaltung

THEMENSCHWERPUNKTE

Markenführung und Kommunikation als strategisches Führungsinstrument

- Corporate Brand Management: Zusammenhänge und Wirkungsmechanismen
- Die Verbindung zwischen Unternehmensstrategie und Markenführung
- Wie man sich im Kapital-, Absatz-, Arbeits- und Meinungsmarktstrategieadäquat richtig positioniert

Erfolgsfaktor Marke

- Von der Markenpositionierung zum Unternehmenswert
- Der systematische Aufbau und die erfolgreiche Führung von Marken in unterschiedlichen Märkten (Dienstleistungs-, Konsumgüter- sowie Investitionsgüter-Markt)

Personal Branding

- Die Führungskraft als Repräsentant des Unternehmens
- Personal Branding als wichtiger Bestandteil der strategischen Markenführung
- Empirische Daten
- Die Relevanz der Führungskraft als zentraler Wertvermittler
- Entscheidungsträger als Vermittler der Positionierung der Unternehmung und ihrer Leistungen

SEMINARDATEN

4514 24.-26.04.2024 Wildhaus

4524 27.–29.11.2024 Wildhaus

Seminargebühr
CHF 3600.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

EFFECTIVE MARKETING

Dauer: 4 Tage

Dieses Seminar richtet sich an Führungskräfte, welche bereits mit den Konzepten und Methoden marktorientierter Unternehmensführung vertraut sind. Aufbauend auf diesen bestehenden Kenntnissen werden die wichtigsten Themengebiete des modernen Marketings umfassend erarbeitet und diskutiert.

Die Ziele dieses Intensiv-Seminars sind:

- aktuelle Themen und Trends des modernen Marketings umfassend zu analysieren,
- die grossen Herausforderungen an das Marketing der Zukunft zu beschreiben,
- neue Marketing-Konzepte, Methoden und Inhalte aufzuzeigen (Updating des Marketingwissens),
- die Wirkung von Marketing als Erfolgsfaktor für das Unternehmen darzustellen,
- die Verankerung des markt- und kunden-orientierten Denkens zu festigen,
- wichtige Marketingaufgaben unter Einbezug eigener Erfahrungen abzubilden.

Vertiefte Behandlung von Spezialthemen

Zusätzlich zu den Unterlagen des Seminars erhalten die Teilnehmer Zugriff auf Arbeitsinstrumente aus der Unternehmensberatungs-Praxis. Diese erleichtern eine direkte Überführung der erlernten Inhalte in die eigene Praxis.

THEMENSCHWERPUNKTE

Marketing-Analyse

- Die wichtigsten Marketing-Analysen: Vorgehen, Methodik und Beispiele
- Neue Marktchancen entdecken
- Ideen verfolgen und Kreativität ausleben
- Trend-Scouting
- Märkte machen - wie vorgehen
- Rechtzeitiges Erkennen von Bedürfnisveränderungen und Anpassungsmassnahmen im eigenen Marketingkonzept
- Konsumentenwandel: Von Werte- zur Lifestyle-Segmentierung
- Kundenzufriedenheit, Kundenbindung, Servicemanagement
- Konkurrenzforschung: Von Mitbewerbern lernen

Von der Marketing-Strategie zum Marketingkonzept

- Das ganzheitliche Marketing-Konzept: Bausteine und Prozess
- Marketingstrategien, die Erfolg versprechen
- Das Produkt-/Marktkonzept als Vorgabe für die effektive Marktbearbeitung
- Preispolitik als Absatzförderungsinstrument

Erstellen des Marktbearbeitungskonzepts

- Chancen und Grenzen der Werbung
- Verkauf: Verkaufsführung, Verkaufssysteme, Steigerung der Verkäuferleistung
- Ziele und Möglichkeiten der Verkaufsförderung
- Online-Marketing

Umsetzen des Marktbearbeitungskonzepts

- Die Umsetzung des Marketingkonzepts in der Marketingplanung
- Marketingmassnahmenplan
- Marketingbudget und Ergebnisplanung

Corporate Brand Management

- Das Unternehmen als Marke, Corporate Image und Corporate Identity
- Werbung, Public Relations und Promotions als Instrumente der Imagepositionierung Identity
- Employer Branding

SEMINARDATEN

4114	22.–25.01.2024 Eich
4124	08.–11.04.2024 Hallwilersee
4134	02.–05.09.2024 St. Gallen
4144	25.–28.11.2024 Horn/St. Gallen

Seminargebühr
CHF 4500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/41

ON- UND OFFLINE MARKETING

Dauer: 4 Tage + 3 Tage

Die Kommunikation mit dem Kunden ist im Wandel. Die Digitalisierung ermöglicht einen Dialog über Zeit und Raum und erlaubt eine Vielzahl neuer Touchpoints, um das Kundenerlebnis zu beeinflussen und den Konsument zum Kauf zu animieren. Omni Channel oder Cross Channel Marketing sind dabei die Erweiterungen der früheren Multikanalstrategien durch die neuen Kanäle Online Marketing und Social Media. Die Gestaltung und Verwendung der alten und der neuen Kommunikationskanäle sind die Bestandteile dieses 2-teiligen Seminars.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte und Spezialisten aus allen Fachbereichen, die eine Gesamtsicht zu modernem Marketing suchen.
- Marketingleiter, Verkaufsleiter und Key-Account-Manager.
- Produktmanager, Projektleiter.
- Führungskräfte und Spezialisten mit Markt-, Kunden- oder Umsatzverantwortung.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1: MARKETING MANAGEMENT

Marketing-Strategie

- Der ganzheitliche, integrierte St. Galler Marketingansatz
- Die Unternehmensstrategie als Grundlage für die Marketing-Strategie
- Der Kunde als Treiber der Marketingstrategie
- Kunden- und Marktsegmentierung

Marktanalyse

- Kunden- und Kundenverhaltens-Analysen
- Customer Journey Path und die relevanten Touchpoints
- Das Kundenverhalten on- und offline
- Branchen- und Konkurrenzanalyse
- Trends, Innovationen und neue Geschäftsmodelle

Marketing-Konzept

- Von der Marketing-Strategie bis zur Umsetzung am Point of Sales
- Produkt-, Markt-, Preiskonzept
- Der Wandel der Kommunikation durch die neuen Medien

Absatzkonzept

- Integration der klassischen Kanälen, Online Marketing und Social Media
- Omni und Cross Channel Marketing
- Kommunikation am Point of Sales

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2: ONLINE MARKETING & SOCIAL MEDIA

Online Marketing und Online Advertising

- Chancen und Nutzen der neuen Absatzkanäle
- Online Marketing und Online Advertising
- Suchmaschinenmarketing
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Affiliate Marketing
- Keyword-Advertising
- E-Mail Marketing
- Online Marketing-Strategie als Teil der Marketing-Strategie

Social Media

- Platzierung von Werbung in sozialen Netzwerken
- Die bedeutendsten Social Media Plattformen
- Community Management, Chancen und Möglichkeiten
- Entwicklung einer Social Media Strategie

Erfolgsmessungen und Reporting

- Monitoring des Erfolgs mittels Kennzahlen
- Tracking-Systeme zur Bewertung von Online-Kampagnen

SEMINARDATEN

4714
Teil 1: 22.–25.01.2024 Eich
Teil 2: 08.–10.04.2024 Brunnen

4724
Teil 1: 08.–11.04.2024 Hallwilersee
Teil 2: 18.–20.11.2024 Wildhaus

4734
Teil 1: 02.–05.09.2024 St. Gallen
Teil 2: 18.–20.11.2024 Wildhaus

4744
Teil 1: 25.–28.11.2024 Horn/St. Gallen
Teil 2: 31.03.–02.04.2025 Eich

Seminargebühr
CHF 7500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ONLINE MARKETING & SOCIAL MEDIA

Dauer: 3 Tage

Intensiv-Seminar für Führungskräfte und Spezialisten aus allen Bereichen, welche sich neuestes Wissen zu Online Marketing und Social Media praxisorientiert aneignen und diese Erkenntnisse mit ihren eigenen Erfahrungen in Abgleich bringen wollen.

Im digitalen Zeitalter entstehen neue Möglichkeiten mit Kunden und weiteren Ansprechgruppen zu interagieren. Gefragt sind griffige Strategien, welche die Interaktion und Kommunikation zwischen dem Unternehmen und den Stakeholdern formulieren, dabei alle möglichen Optionen evaluieren und die richtigen Instrumente für die Umsetzung im Marketing definieren.

KONZEPT

Das 3-tägige Seminar liefert einen Überblick über die aktuellsten Themen zu Online Marketing und Social Media. Die Teilnehmenden werden auf die neuesten Entwicklungen sensibilisiert und befähigt aus den Chancen und Gefahren einen Handlungsbedarf für das eigene Unternehmen abzuleiten.
Praxisorientiert wird aufgezeigt, wie griffige Online Strategien formuliert und Massnahmen für die erfolgreiche Umsetzung abgeleitet werden.

Ein spezieller Fokus liegt auf den Bereichen Online Marketing und Social Media, da die multichannel Kommunikation einer der Schwerpunkte der Interaktion zwischen Stakeholdern und Unternehmung darstellt. Mit vielen operativen „Tipps und Tricks“ wird aufgezeigt, wie Online Marketing mit all seine Facetten aufgebaut werden kann und die gesetzten Ziele erreicht werden können.

THEMENSCHWERPUNKTE

Online Marketing

Das digitale Zeitalter ermöglicht neue Zugänge zum Kunden, neue Arten der Werbung für Produkte und Dienstleistungen und die interaktive Kontaktaufnahme mit dem Kunden.

- Überblick und Nutzen für Unternehmen
- Beurteilung der relevanten Kanälen
- Aufbau einer Online Marketing Strategie
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Online Advertising
- Affiliate Marketing
- Erfolgsmessungen

Social Media

Soziale Netzwerke können in der digitalen Welt unendlich erweitert werden. Ziel eines jeden Unternehmens muss es sein diese Effekte zu nutzen, um die Produkte, Dienstleistungen, aber auch die Vision und Werte an Kunden, Interessenten und weitere Stakeholder zu kommunizieren.

- Analyse und Einsatzmöglichkeiten der Social Media Plattformen
- Eckpunkte einer Social Media Strategie
- Community Betreuung und Management
- Erfolgsmonitoring, relevante KPIs

SEMINARDATEN

4414 08.–10.04.2024 Brunnen

4424 18.–20.11.2024 Wildhaus

Seminargebühr
CHF 3600.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

MARKTERFOLG SICHERN

Dauer: 2 × 4 Tage

Die Aufgabe des Marketings im Unternehmen ist es, alle Aktivitäten auf das auszurichten, was als einziges zu nachhaltiger Prosperität des Unternehmens führt: auf den Kunden.

Marketing ist somit das interne Kompetenzzentrum für alle Themen, die sich mit dem Kunden, seinen Bedürfnissen, dem Kundennutzen, der Kundenzufriedenheit, der Potenzialnutzung, der Kundenbindung, der Preisbildung, Marktbearbeitung, Kommunikation, dem Verkauf und Vertrieb beschäftigen. Im Zentrum des Marketings steht der Markterfolg. In diesem Seminar lernen Sie, wie die wirkungsvolle Steuerung des Markterfolgs in der Praxis funktioniert.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Jüngere Führungskräfte, Stabstelleninhaber(innen) und Spezialist(inn)en aus allen Bereichen, die Schritt für Schritt die Grundlagen für die Steuerung des Erfolgs am Markt erlernen wollen.
- Junior Manager aus Abteilungen wie Marketing, Kundenmanagement, Produktmanagement, Marketing-Services, Verkauf, Vertrieb, Research.
- Zukünftige Leader, die ihre Kompetenz im Marketing und in der Steuerung des Markterfolgs steigern wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Das marktorientierte Geschäftsmodell

- Die ganzheitliche Steuerung des Markterfolgs
- Marketing als Interessensvertreter des Kunden im Unternehmen
- Marketing als Basis für rentables Wachstum

Treiber für rentable Marktpositionen

- Die Markterfolgs-Konzeption
- Strategische Positionierung
- Tools: Anwendung der Instrumente zur Planung und zum Aufbau einer lebensfähigen, rentablen Marktposition

Marketing-Analysen

- Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalysen
- Internet als Quelle von Informationen
- Consumer Insights
- Marktforschung

Einzigartigkeit als Ziel

- Das einzigartige Marktmodell
- Geschäftsverständnis und Identität
- Differenzierung als permanente Herausforderung

Kundensegmentierung

- Funktion und Techniken der Segmentierung
- Kundensegmentierung als Basis für das Zielgruppen-Marketing
- Leistungs-Differenzierung
- Preisstrategien und Preisdifferenzierung

Die überzeugende Strategie

- Wachstums-Strategien im Kerngeschäft
- Rentabilitäts- und Wertsteigerungs-Strategien
- Kampf um Marktanteile
- Innovations-Strategien
- Bessere Nutzung der Kundenpotenziale
- Gekonnte Neukunden-Akquisition
- Globalisierung und Aufbau neuer Ländermärkte
- Einstieg in neue Geschäftsmodelle

Wirkungsvoller Einsatz der Marketing-Instrumente

- Produkt-, Service- und Sortiments-Gestaltung
- Preis- und Konditionenpolitik
- Werbung und Kommunikation
- Verkauf, Verkaufskanäle, Vertrieb
- Handelsmarketing
- Direktmarketing
- Verkauf im B2B- und Servicegeschäft
- Verkauf im Dienstleistungs-Geschäft

SEMINARDATEN

8834
Teil 1: 11.–14.03.2024 Wildhaus
Teil 2: 08.–11.04.2024 Hallwilersee

8844
Teil 1: 22.–25.04.2024 Brunnen
Teil 2: 02.–05.09.2024 St. Gallen

8854
Teil 1: 02.–05.09.2024 Davos
Teil 2: 25.–28.11.2024 Horn/St. Gallen

8864
Teil 1: 04.–07.11.2024 Hallwilersee
Teil 2: 25.–28.11.2024 Horn/St. Gallen

8874
Teil 1: 04.–07.11.2024 Hallwilersee
Teil 2: 20.–23.01.2025 Brunnen

Seminargebühr
CHF 7900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

MANAGEMENT PROGRAMM FÜR PRODUKTMANAGER

Dauer: 3 × 4 Tage

Management Programm für Produktmanagerinnen und Produktmanager. Für kompaktes Wissen und Können. Für noch mehr Erfolg

Produktmanagement ist das Bindeglied zwischen den Anforderungen von Markt und Kunden einerseits und der Leistungsfähigkeit des Unternehmens andererseits. Der moderne Produktmanager optimiert den Erfolg der Produkte oder Produktlinien auf unterschiedliche Art:

- Der Produktmanager ist Koordinator und Ansprechstation mit Verkaufsförderungs-Unterstützung für die Verkaufsorganisation. Er ist somit voll integriert, aber nicht für den Erfolg der Produkte verantwortlich.
- Der Produktmanager ist Treiber der Innovation, der Kundenbedürfnisse aufspürt, Marktnischen erkundet, Wettbewerbsanalysen erstellt, Briefing für Forschung und Entwicklung erstellt. In der Vermarktung unterstützt er die Verkaufs- und Vertriebsabteilungen im Rahmen einer Matrixorganisation. Er ist somit mitverantwortlich für den Erfolg seiner Produkte.
- Der Produktmanager ist Verantwortlicher für Umsätze, Marktanteil, Gewinnmarge, Wettbewerbspositionierung. Er lenkt zentral und hat Durchgriffsrecht auf Forschung und Entwicklung, Marketing und Verkauf/ Vertrieb.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1: MARKETING

Marketing im Überblick

- Produktmanagement als Teil eines umfassenden Marketing-Verständnisses
- Die Bausteine des erfolgreichen Marketings
- Resultate, die vom Marketing erwartet werden

Strategisches Marketing

- Markt-, Kunden- und Wettbewerbsanalysen
- Marketingstrategische Ziele
- Segmentierung, Differenzierung, Positionierung
- Die besten Marketingstrategien
- Preis-/Leistungs-Konzepte
- Produkt-, Service- und Lösungs-Konzepte
- Kosten- und Preiskonzepte
- Verkaufs-, Vertriebs- und Delivery-Konzepte
- Kommunikation und Umsetzung am POS

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2: FÜHRUNG, KOMMUNIKATION

Führungsaufgaben des Produktmanagers

- Selbstmanagement
- Andere von Ideen überzeugen
- Wirkungsvoll auftreten
- Mit Konflikten umgehen
- Teams bilden, virtuelle Teams beeinflussen

Resultate dank Persönlichkeit

- Führen ohne faktische Macht
- Überzeugen und Motivieren, statt anordnen
- Sich sympathisch durchsetzen
- Chef sein – was ändert sich?

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 3: FINANZ- UND RECHNUNGSWESEN

- Das Gewinnpotenzial der Geschäfte ermitteln
- Realisierbare Gewinnziele planen
- Programme zur Erreichung der finanziellen Ziele
- Planung, Budgetierung
- Kalkulation und Preisbildung
- Sicherung der Gewinnmarge
- Investitionen, Finanzierung, Liquiditätsbedarf
- Controlling Instrumente einsetzen können

SEMINARDATEN

9324
Teil 1: 08.–11.04.2024 Eich
Teil 2: 22.–25.04.2024 St. Gallen
Teil 3: 17.–20.06.2024 Wildhaus

9334
Teil 1: 08.–11.04.2024 Hallwilersee
Teil 2: 01.–04.07.2024 Brunnen
Teil 3: 23.–26.09.2024 Davos

9344
Teil 1: 02.–05.09.2024 St. Gallen
Teil 2: 09.–12.09.2024 Brunnen
Teil 3: 23.–26.09.2024 Davos

9354
Teil 1: 02.–05.09.2024 St. Gallen
Teil 2: 14.–17.10.2024 Hallwilersee
Teil 3: 04.–07.11.2024 Davos

Seminargebühr
CHF 11 900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

MANAGEMENT PROGRAMM FÜR VERKAUFS- UND VERTRIEBSLEITER

Dauer: 2 × 4 Tage

Verkaufs- und Vetriebsmanagement ist eine vielfältige, oft eine der wichtigsten Aufgaben eines Unternehmens. Dieses Programm zeigt, welche Gesetzmässigkeiten in Verkauf und Vertrieb wirken und wie der Beitrag dieser Funktionen für das Gesamte optimiert werden kann.

AUFBAU

Das Programm beinhaltet jene Themen aus Strategie, Marketing und Verkauf, die für Verkaufs- und Vertriebsleiter wichtig sind, um unverzichtbarer Teil des Management Teams des Unternehmens zu sein.

Teil 1: 4-tägiges Seminar zum Strategischen Management und Marketing.

Teil 2: 4-tägiges Verkaufs- und Vertriebsmanagement Seminar. Sie vertiefen Ihr Wissen und Können in Verkaufs- und Vertriebsmanagement.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Erfolgreiche Führungskräfte aus Verkauf und Vertrieb
- Key Account Manager
- Leistungsträger in Verkauf oder Vertrieb
- Vertriebscontroller

THEMENSCHWERPUNKTE

Integration im System der Unternehmensführung
- Verkaufs- und Vertriebsmanagement als Teil einer umfassenden Unternehmensführung
- Erfolgsbeitrag: die zentrale Rolle für den Erfolg des Unternehmens
- Erfolgsfaktoren: Wie die Kunden- und Marktlogik alle anderen Bereiche beeinflusst

Innovation und Business Development
- Das Wissen über Märkte, Kunden und Wettbewerb in das Innovationsmanagement einbringen
- Leistungen entwickeln, die sich später gut verkaufen lassen

Leistungs- und Markt-Portfolios
- Die Steuerung der Produkt-, Dienstleistungs- und Lösungsstrategie durch Produkt- und Leistungsportfolios
- Segmentierung und Auswahl der Märkte inkl. Ressourcen-Steuerung
- Der Beitrag des Verkaufs- und Vertriebsmanagements

Kunden-Portfolios
- Kundensegmente, Kundennutzen
- Zielgruppenspezifische Strategien
- Das eigene Key Account Konzept

Modernes Verkaufs- und Vertriebsmanagement
- Kundenbedürfnisse als Dreh- und Angelpunkt des strategischen Denkens
- Marktgetriebene Vision

Vertriebskanal-Strategien
- Die Vertriebswege von heute optimieren
- Multi-Channel: Alle potenziell denkbaren Vertriebskanäle durchleuchten

Vertriebssteuerung
- Die Führungsaufgabe des Verkaufs- und Vertriebsmanagers
- Die Aussendienst- und Verkaufsmitarbeiter auf Resultate ausrichten

Optimierung der Verkaufsresultate
- Der Verkauf als Treiber des Wachstums
- Die Einzigartigkeit am Verkaufspunkt vermitteln
- Kundenzufriedenheit sicherstellen
- Langfristige Kundenbeziehungen aufbauen

Verkaufs-Controlling
- Wie die Leistung von Verkauf und Vertrieb gemessen werden sollte
- Kennzahlen des Controllings
- Die Vorsteuerungsgrössen des Verkaufserfolgs steuern

SEMINARDATEN

4624
Teil 1: 11.–14.03.2024 Wildhaus
Teil 2: 10.–13.06.2024 Hallwilersee

4634
Teil 1: 22.–25.04.2024 Brunnen
Teil 2: 10.–13.06.2024 Hallwilersee

4644
Teil 1: 22.–25.04.2024 Brunnen
Teil 2: 04.–07.11.2024 St. Gallen

4654
Teil 1: 02.–05.09.2024 Davos
Teil 2: 04.–07.11.2024 St. Gallen

Seminargebühr
CHF 7900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

STRATEGISCHES VERKAUFSMANAGEMENT

Dauer: 2 × 4 Tage

Strategisches Verkaufsmanagement schafft die Voraussetzungen für Verkaufserfolg. Es stellt die Weichen. Es sorgt dafür, dass Markterfolg nicht abgehoben und praxisfremd, sondern markt- und kundennah geplant und realisiert wird.

Strategisches Verkaufsmanagement ist eng verzahnt mit Unternehmens- und Geschäftsstrategien. Es hilft, Visionen, Technologie- und Finanzstrategien auf das einzig Beständige auszurichten: Den Kunden und den Markt. Und es orientiert sich an jenen Werten, die alleine eine Unternehmung auf Erfolgskurs halten: Finden von neuen Kundenpotenzialen, Optimieren von Kundennutzen, Steuerung der Kundenzufriedenheit. Erst ein überdurchschnittlicher «Customer Value» sorgt, via den Transmissions-Mechanismus von starken Marktpositionen in attraktiven Märkten, für überdurchschnittliche Rentabilität und nachhaltige Wertsteigerung.

Das Strategische Verkaufsmanagement ist ein Schlüssel zum Erfolg. Dieses in systematischer, methodisch untermauerter und praxisgerechter Form darzustellen, ist das Konzept dieses anspruchsvollen 2-teiligen Programms.

PROGRAMM

Teil 1:
Zuerst schafft ein 4-tägiges Seminar zu markt- und kundenrelevanten Strategiemodellen die Basis für das nachfolgende Verkaufsmanagement Seminar.

Teil 2:
4-tägiges Seminar zu den Konzepten und Umsetzungsprogrammen des Verkaufsmanagements.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte mit Verantwortung für Verkaufserfolg
- Key Account-Manager
- Verkaufs- und Vertriebsmanager
- Mitglieder der Geschäftsleitung, Geschäftsführer
- Verantwortliche für Länder, Regionen, Kundengruppen, Produkte und Produktlinien
- Verantwortliche für nationale, internationale oder globale Verkaufsstrategien
- Führungskräfte, die Ansätze für vermehrte Umsetzungskraft im Verkauf suchen

THEMENSCHWERPUNKTE

Strategische Voraussetzungen für Verkaufserfolg

- Die Analyse der strategischen Voraussetzungen
- Chancen und Gefahren für das eigene Geschäftsmodell erkennen
- Die Entscheidungen und Vorgaben aus dem strategischen Management

Strategische Zielvorgaben

- Strategische Leitplanken für die Verkaufsstrategie
- Die richtige Unternehmensstrategie als Voraussetzung für Wettbewerbsfähigkeit
- Die Verknüpfung von Unternehmensstrategie und strategischem Verkaufsmanagement

Geschäftsstrategie

- Planung des Verkaufserfolgs in Form von präzisen Geschäftsstrategien
- Empirische Erkenntnisse, wissenschaftliche Studien und Best Practices zur Formulierung markt- und kundennaher Geschäftsstrategien

Starke Marktpositionen
- Typologie von Marktpositionen
- Wie starke, verteidigungsfähige und rentable Marktpositionen aufgebaut werden
- Wie bestehende Marktpositionen ausgebaut und verteidigt werden

Kernkompetenzen
- Die Kernkompetenz-Matrix
- Kernkompetenzen zur Steigerung von Marktanteil sowie für Business Development einsetzen

Prioritäten und Schwerpunktbildung
- Portfolio-Entscheidungen
- Klare Prioritäten setzen
- Die Steuerung der Ressourcen
- Fokussierung und Konzentration der Kräfte

Kundennahe Strukturen
- Geschäftsfelder und Organisationsstrukturen
- Kundennähe und Kundenorientierung dank richtiger Strukturgestaltung
- Virtuelle Strukturen als Wachstumsbeschleuniger

Customer Value und Kundenbedürfnisse
- Kundenbedürfnisse und Kundenprobleme
- Differenzierung als Notwendigkeit
- Kontinuierlicher Ausbau des Customer Values

Neue Geschäftsfelder
- Suche nach neuen Umsatz- und Gewinnpotenzialen
- Einstieg in neue Märkte
- Aufbau neuer Zielgruppen und neuer Verwendersegmente
- Gewinnen von Neukunden
- Veränderung der Märkte
- Wie neue Technologien die Märkte revolutionieren
- Aufbau der Geschäftsbeziehungen der Zukunft

Verkauf als Erfolgsfaktor
- St.Galler Verkaufs- und Vertriebsansatz
- Die Verkaufspolitik wirkungsvoll gestalten
- Umsetzung der strategischen Vorgaben und Ziele im Verkauf

Verkaufsstrategie
- Instrumente und Methoden
- Kundensegmentierungs-Modell als Basis
- Kundenpotentiale als Chance
- Wichtigste Analysen
- Optionen
- Die bestmögliche Verkaufsstrategie erarbeiten

Verkaufskonzept
- Die Zielkunden identifizieren
- Wahl des Verkaufs-Approach
- Alternative Verkaufs- und Vertriebskonzepte
- Optimierung der bestehenden Verkaufsorganisation
- Aufbau neuer Verkaufskanäle

Schlüsselkunden richtig betreuen
- Den Kunden verstehen
- Erfolgreiches Key Account Management
- Life Cycle Betrachtung im Verkauf
- Beziehungsmanagement und Folgegeschäft

Führung im Verkauf
- Verkäufer führen
- Planung, Budgetierung und Controlling im Verkauf
- Vom Business Plan zur Umsetzung am Verkaufspunkt
- Verkäufer als zentrale Schlüsselmitarbeitende für die Implementierung

SEMINARDATEN

8914	Teil 1: 22.–25.01.2024, St. Gallen Teil 2: 10.–13.06.2024, Hallwilersee
8924	Teil 1: 04.–07.03.2024, Davos Teil 2: 10.–13.06.2024, Hallwilersee
8934	Teil 1: 17.–20.06.2024, Luzern Teil 2: 04.–07.11.2024, St. Gallen
8944	Teil 1: 26.–29.08.2024, St. Gallen Teil 2: 04.–07.11.2024, St. Gallen
8954	Teil 1: 11.–14.11.2024, Luzern Teil 2: 12.–15.05.2025, Hallwilersee

Seminargebühr
CHF 9500.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 510 92 93

VERKAUFS- UND VERTRIEBSMANAGEMENT

Dauer: 4 Tage

Das Verkaufsmanagement gehört zu den anspruchsvollsten Funktionen eines Unternehmens: Die Welt des Kunden ist mit den eigenen Fähigkeiten und Möglichkeiten in Einklang zu bringen.

Das 4-tägige Seminar zeigt, was es braucht, um ehrgeizige Konzepte und Ziele am Verkaufspunkt realisieren und in messbare Ergebnisse überführen zu können.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte aus allen Bereichen, die Verkaufskonzepte erstellen oder hinterfragen müssen
- Führungskräfte und Stabsmitarbeiter aus Verkauf, Vertrieb, Marketing und Werbung
- Key-Account-Manager und Produktmanager
- Aufstrebende Nachwuchskräfte aus Verkauf und Vertrieb, die ihre praktischen Erfahrungen mit Systematik und neuen Methoden des Verkaufsmanagements untermauern wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Ganzheitliches Verkaufsmanagement

- Das Verkaufsmanagement im Rahmen der ganzheitlichen Unternehmensführung
- Das St. Galler Verkaufs- und Vertriebskonzept
- Steuerungsfaktoren für den Erfolg am Verkaufspunkt

Strategische Verkaufsführung

- Die Verknüpfung von strategischem Management und Verkauf
- Die Umsetzung von Vision, Leitbild, Unternehmenspolitik und Strategie im Verkauf
- Die Ausrichtung des Verkaufs auf neue Herausforderungen
- Orientierung am Kundennutzen als Schlüssel zum Verkaufserfolg

Analyse-Instrumentarium des Verkaufsmanagers

- Markt- und Konkurrenzanalysen: Vorgehen, Methoden, Beispiele
- Kundensegmentierungsmodelle
- Einsatzmöglichkeiten des Portfolio-Managements
- Bedürfnisstrukturen und Kundenzufriedenheit.

Verkaufskonzept und Marktbearbeitungsstrategien

- Schrittweises Erarbeiten eines Verkaufskonzepts
- Definieren von kundengruppenspezifischen Marktbearbeitungsstrategien
- Ausschöpfen von Kundenpotentialen
- Erfolgreiche Neukundenakquisition
- Verringerung der Kundenabwanderung
- Erfolg im Kampf um Marktanteile

Key Account Management

- Gesetzmässigkeiten eines erfolgreichen Key Account Managements
- Identifikation von Schlüssel- und Referenzkunden

Verkaufssteuerung und Verkaufscontrolling

- Planung und Budgetierung im Verkauf
- Instrumente eines modernen Verkaufscontrollings
- Steuerungsinstrumente für Vertrieb und Aussendienst

Erfolgsfaktoren der Vermarktungsstärke

- Erfolgsfaktor Geschwindigkeit: Überlegenheit in Prozessen und Logistik
- Erfolgsfaktor Service: Überlegenheit durch Leistungspakete und emotionale Kundennähe
- Erfolgsfaktor Preis: Überlegenheit durch modulare Preissysteme

SEMINARDATEN

4314	10.–13.06.2024 Hallwilersee
4304	02.–05.09.2024 Brunnen
4324	04.–07.11.2024 St. Gallen

Seminargebühr
CHF 4900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

FINANZEN

76 Finanzmanagement für Executives
77 Finanzielle Führung und Controlling
78 St. Galler Finanz- und Controlling-Lehrgang
80 St. Galler Controlling Seminar

FINANZMANAGEMENT FÜR EXECUTIVES

Dauer: 4 Tage

Führungskräfte in ergebnisverantwortlichen Positionen treffen laufend finanzwirtschaftlich relevante Entscheidungen. Als Entscheidungsgrundlagen dienen ihnen Finanzierungs-Portfolios, Cash-flow- und Unternehmenswertberechnungen, Kennzahlensysteme, Controlling Berichte, Bilanzen, Erfolgs- bzw. G+V-Rechnungen u. a.

Viele Vorstände, Geschäftsführer, Profit-Center-Leiter und andere Ergebnisverantwortliche, die ihre Karriere über Technik, Entwicklung, Produktion, Marketing, Verkauf oder Politik aufgebaut haben, verspüren einen Nachholbedarf in Sachen Finanzmanagement.

Mit dem Top-Seminar «Finanzmanagement für Executives» sollen wichtige Aspekte der finanziellen Steuerung aus Sicht des Executive Managers vertieft behandelt werden.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungskräfte mit Ergebnisverantwortung, die nicht Spezialisten des Finanzwesens sind.
- Geschäftsführer, Vorstände, Geschäftsbereichs- und Profit-Center-Leiter, die weitreichende finanzielle Entscheidungen treffen oder mittragen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Strategische Entscheidungen und ihre Auswirkungen im finanziellen Bereich

- Finanzierbarkeit strategischer Optionen
- Outsourcing und Kapitalintensität
- Fokussierung auf Kerngeschäfte und Auswirkung auf den Cash-flow

Die Aussagekraft des Jahresabschlusses

- Analyse der Bilanz und Erfolgsrechnung/Gewinn- und Verlustrechnung für Executives
- Welche Kennziffern erlauben welche Interpretationen? Wo sind die Grenzen der Aussagekraft?

Investitionsrechnung und Finanzierungsstrategien

- Investitionsrechnung für Executives
- Vorausschauendes Financial Engineering und alternative Finanzierungsstrategien

Steigerung des Unternehmenswerts

- Wertsteigerung dank Shareholder-Value-Konzept
- EVA und MVA: Kennzahlen zur Messung der Wertsteigerung des Unternehmens

Berechnung des Unternehmenswerts

- Substanzwert, Ertragswert und Mischformen
- Discounted Cash-flow-Analysen (DCA)
- Preisfestlegung mit Beispielen aus der Praxis

Management Information Systems

- Finanzwirtschaftliche Informationen und Kennzahlen für den Executive Manager
- Das Fact-book als Führungsinstrument
- Steuerungsmöglichkeiten im strategischen und operativen Finanzmanagement

SEMINARDATEN

7014	08.–11.04.2024 St. Gallen
7024	16.–19.09.2024 Horn/St. Gallen
7034	25.–28.11.2024 St. Gallen

Seminargebühr
CHF 5500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/70

FINANZIELLE FÜHRUNG UND CONTROLLING

Dauer: 4 Tage

Dieses Seminar wurde speziell für Nichtfachleute des Finanz- und Rechnungswesens konzipiert, die sich in einem Intensivtraining die Fähigkeit aneignen wollen, um

- die Zusammenhänge des Finanz- und Rechnungswesens zu verstehen,
- die wichtigsten Instrumente des Finanz- und Rechnungswesens interpretieren und einsetzen zu können,
- die sie selbst betreffenden Aufgaben im Rahmen der finanziellen Planung, Steuerung und Kontrolle kompetenter wahrnehmen zu können und
- dank richtiger Auswertung und Interpretation von Kennzahlen und Controlling-Daten die Qualität ihrer Entscheidungen laufend zu optimieren.

Nach dem Seminar wissen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer, welche Instrumente und Kennzahlensysteme über Zustand, Entwicklung und Chancen/Risiken des Unternehmens bzw. des Unternehmensbereichs zuverlässig Aufschluss geben. Sie können Bilanz, Erfolgs- und Kapitalflussrechnung, Kostenrechnung, Budget, Kalkulation und Controlling-Daten in wesentlichen Belangen analysieren, um daraus die wesentlichen Konsequenzen für den eigenen Verantwortungsbereich abzuleiten.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungs- und Fachkräfte, die noch keine vertieften Kenntnisse im Finanz- und Rechnungswesen haben
- Geschäftsführer, Bereichs- und Abteilungsleiter
- Leiter von Profit Centers und Projektleiter, die ihre Fähigkeiten im Bereich der finanziellen Führung und des Controllings vertiefen wollen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Konzept der finanziellen Führung

- Die finanzwirtschaftliche Führungsaufgabe im Rahmen einer ganzheitlichen Unternehmensführung
- Die finanzielle Steuerung von Wachstum, Liquidität und Rentabilität
- Konsequenzen des Shareholder-Value-Konzeptes für die finanzielle Steuerung

Bausteine des Finanz- und Rechnungswesens

- Analyse von Bilanz- und Erfolgsrechnung (GuV)
- Mittelflussrechnung, Liquiditätssteuerung
- Cashflow, Gewinn und Rentabilität
- Verdichtete Informationen durch Kennzahlensysteme

Die finanzielle Planung und Steuerung

- Gewinnplanung und Gewinnsteuerung
- Risikoanalysen mit Break-even-Modellen
- Richtig budgetieren
- Von der Kostenstellen- zur Profitcenter-Erfolgsrechnung
- Finanzielle Beurteilung von Outsourcing und Make-or-buy-Entscheidungen
- Massnahmen zur Erreichung der Rentabilitätsziele
- Überleitung des Managementerfolges in die Bilanz- und Finanzplanung
- Investitionsrechnung

Controlling

- Führen mit Kennzahlen
- Die Managementerfolgsrechnung
- Soll-Ist-Vergleiche und Abweichungsanalysen
- Frühwarnsysteme
- Zusammenarbeit zwischen Management/Controller
- Aktive Ergebnissteuerung und Gewinnmanagement
- Investitionscontrolling

SEMINARDATEN

7124	08.–11.04.2024 Eich
7134	17.–20.06.2024 Wildhaus
7144	19.–22.08.2024 St. Gallen
7154	23.–26.09.2024 Davos
7164	04.–07.11.2024 Davos

Seminargebühr
CHF 4500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

ST. GALLEN ONLINE

Seminar im Live-Online Format:
www.sgeo.ch/de/71

ST. GALLER FINANZ- UND CONTROLLING-LEHRGANG

Dauer: 2 × 4 Tage

Wer unter anspruchsvollen Rahmenbedingungen in einem dynamischen Umfeld zum Erfolg des Unternehmens oder eines Teilbereiches beitragen will, muss für dauerhafte finanzielle Fitness sorgen. Finanzielle Fitness sichert die unternehmerische Handlungsfreiheit und ist die notwendige Voraussetzung, um ehrgeizige Konzepte, Pläne und Projekte realisieren zu können.

Viele Führungskräfte, Projektleiter und Spezialisten, die ihre Karriere auch ohne betriebswirtschaftliches Studium erfolgreich aufbauen, möchten ihre Management-Fähigkeiten durch einen konzentrierten, sehr praxisbezogenen Lehrgang im Finanz- und Rechnungswesen erweitern.

Sie haben dabei nicht den Anspruch, zum Spezialisten in Finanz- und Rechnungswesen ausgebildet zu werden.

Sie wollen jedoch

- Budgets, Planung, Management-Erfolgsrechnung und Zahlen aus dem Controlling prüfen und hinterfragen können,
- Entscheidungsanträge mit durchdachten Wirtschaftlichkeitsberechnungen und Investitionsrechnungen belegen können,
- Kostenrechnungs-, Deckungsbeitragsrechnungs- und Kalkulationssysteme verstehen und optimieren,
- die wirtschaftlichen Konsequenzen konzeptioneller Entscheidungen verdichtet darstellen,
- den Beitrag neuer Geschäftsideen und Projekte zum Unternehmenserfolg professionell darstellen und intern kommunizieren können.

Dieser intensive Lehrgang, der aus zwei Teilen besteht, bezweckt, die Instrumente der finanziellen Führung aufzuarbeiten und zu trainieren.

TEILNEHMERINNEN/ TEILNEHMER

- Führungs- und Fachkräfte, die nicht Spezialisten des Finanz- und Rechnungswesens sind.
- Ingenieure, Techniker, Juristen, Marketing-/ Verkaufs- und sonstige Spezialisten, welche systematisches Wissen zur finanziellen Führung suchen.
- Profit-Center-Leiter, Projektleiter, Produktmanager
- Unternehmer und Firmeninhaber kleinerer und mittlerer Unternehmen
- Nachwuchskräfte, die in Zukunft Kenntnisse zur finanziellen Führung benötigen.

THEMENSCHWERPUNKTE

Grundlagen der finanziellen Führung

- Die kurz- und längerfristigen finanziellen Überlebensbedingungen im Gesamtkonzept der operativen und strategischen Unternehmensführung
- Die Instrumente der finanziellen Führung im Überblick
- Gesamtsystematik der finanziellen Führung

Bilanz- und Erfolgsrechnung

- Analyse von Bilanz und Erfolgsrechnung
- Erfolgsrechnung/Gewinn- und Verlustrechnung kritisch hinterfragen
- Verbesserungspotenziale erkennen

Planung und Budgetierung

- Planung und Budgetierung als Basis für die aktive Steuerung der Ertragskraft
- Aufbau und Handhabung eines effektiven Planungs- und Budgetierungssystems

Gewinne und Rentabilität
- Wer keine Gewinne plant, macht keine
- Gewinnziele planen und realisieren
- Rentabilitätsziele erreichen
- Unternehmenswert steigern

Rentables Wachstum
- Die finanziellen Konsequenzen einer Expansionsstrategie
- Wachstum und Kapitalintensität
- Wachstum und Liquidität
- Rentables Wachstum: Wie steuern?

Finanzierung
- Kapitalflussrechnung, Kapital- und Finanzbedarf
- Auswirkungen von Investitionsentscheidungen und strategischen Projekten auf die Finanzierung
- Finanzierungsarten, Finanzierungskosten
- Finanzierung durch Börse, IPO

Investitions- und Wirtschaftlichkeitsrechnungen
- Entscheidungsanträge finanziell darstellen
- Die Rentabilität von Investitionsvorhaben belegen
- Die Investitionsplanung

Kostenrechnung und Kalkulation
- Methoden und Instrumente zur Kosten- und Leistungsrechnung
- Kostenrechnungssysteme
- Die Prozesskostenrechnung
- Kalkulationssysteme mit Grenzkosten und Deckungsbeiträgen
- Den Break-even-Punkt bewusst gestalten

Business-Plan
- Aus Ideen wird ein Business-Plan
- Inhalt, Aufbau und Substanz eines Business-Plans
- Den Business-Plan kommunizieren

Controlling
- Führen mit Kennzahlen
- Vom Controller die richtigen Auswertungen anfordern
- Die Management-Erfolgsrechnung
- Strategisches Controlling

Neue Geschäftsideen
- Ergebnisorientierte Konzeption eines neuen Geschäfts
- Von der Geschäftsidee zur Absatzplanung
- Von der Absatzplanung zur schlanken Kostenstruktur
- Die Gewinnschwelle tief halten
- Design to Profit für neue Geschäftseinheiten, neue Profit Centers oder Projekte

Umsetzung/Lerntransfer
- Instrumente und Methoden
- Simulation von finanziellen Entscheidungen anhand konkreter Praxisbeispiele.

SEMINARDATEN

7324 Teil 1: 08.–11.04.2024, Eich
Teil 2: 03.–06.06.2024, Wildhaus

7344 Teil 1: 08.–11.04.2024, Eich
Teil 2: 11.–14.11.2024, Horn/St. Gallen

7334 Teil 1: 17.–20.06.2024, Wildhaus
Teil 2: 11.–14.11.2024, Horn/St. Gallen

7354 Teil 1: 23.–26.09.2024, Davos
Teil 2: 11.–14.11.2024, Horn/St. Gallen

7364 Teil 1: 04.–07.11.2024, Davos
Teil 2: 11.–14.11.2024, Horn/St. Gallen

7374 Teil 1: 04.–07.11.2024, Davos
Teil 2: 19.–22.05.2025, Brunnen

Seminargebühr
CHF 7900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 510 92 93

ST. GALLER CONTROLLING SEMINAR

Dauer: 4 Tage

Zu viele Unternehmen verstehen und betreiben Controlling heute immer noch als rückwärtsgewandte und rein quantitative Disziplin, die primär dazu dient, Erträge und Aufwendungen korrekt zuzuordnen und verrechnen zu können.

Dabei ist die zentrale Aufgabe eines Strategisch verstandenen Controllings primär zukunftsorientiert. Zielsetzung ist es, das für Strategische Weichenstellungen verantwortliche Management verdichtet und verständlich mit genau den Informationen zu versorgen, welche dieses für optimale Entscheidungen benötigen.

Dieses Seminar vermittelt Führungskräften aus allen Bereichen und Abteilungen ein Grundverständnis von den Zielsetzungen, Konzepten, Methoden und Instrumenten eines ganzheitlich verstandenen, modernen Controllings.

Behandelt werden neben den klassisch monetär und quantitativ orientierten Themen der finanziellen Steuerung auch die wichtigsten Aspekte des Strategisch und qualitativ ausgerichteten Controllings. Die Teilnehmer sind so in der Lage, effektive Steuerungs- und Kontrollsysteme für verschiedenste Aufgabengebiete selbst zu erstellen oder die Daten, welche sie aus derartigen Systemen erhalten, richtig zu interpretieren.

THEMENSCHWERPUNKTE

Controlling als Steuerungssystem des Unternehmens

- Die Controlling-Funktion im St. Galler Management-Ansatz
- Die Ableitung der «Soll-Werte» aus der Unternehmensstrategie
- Die Operationalisierung der Strategie in Strategischer Planung und Zielvorgaben
- Abweichungsanalysen und Frühwarnsysteme
- Planung von Massnahmen und Reaktionen

Führungsinstrumente im operativen Controlling

- Kostenrechnung und Kostensteuerung
- Deckungsbeitragsrechnung
- Kalkulation und Preisgestaltung
- Vollkosten- versus Teilkostenrechnung

Finanzielle Ziel- und Steuergrössen

- Finanzielle Führung mit dem ROI-Stammbaum
- Zielgrösse Kapitalkosten
- Der Deckungsbeitrag als Vorsteuergrösse des Unternehmenserfolgs
- Umsatz- und Break-Even-Analyse
- Aktives Kostenmanagement
- Working Capital Management

Berichtswesen und Reporting

- Gestaltung moderner Management Informationssysteme
- Qualität statt Quantität der Daten: Managementorientiertes Reporting
- Führen mit Management Cockpits
- Konsolidierung von Reports über Hierarchieebenen und Organisationseinheiten

Strategisches Controlling

- Instrumente zur erfolgreichen Strategie-Implementierung
- Strategische Führungs- und Controlling-Instrumente
- Qualitative Mess- und Steuergrössen der Unternehmensführung

SEMINARDATEN

7414 03.–06.06.2024 Wildhaus

7424 11.–14.11.2024 Horn/St. Gallen

Seminargebühr
CHF 4500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

* Rechnungsstellung in EUR möglich (abhängig vom aktuellen Tageskurs).

SEMINARS AND PROGRAMS IN ENGLISH

82 St. Gallen Executive Management Program
84 Top Management Program
86 Strategic Management
88 St. Gallen Management Program
89 Business Leaders Program
90 Future Executives Program
91 Effective Marketing
92 Finance for Executives
93 Financial Management
94 Executive Leadership Week
95 Change Management
96 Leadership Management

ST. GALLEN EXECUTIVE MANAGEMENT PROGRAM

Duration: 2 × 4 days

Managers, who want to permanently preserve their expertise and thus support their potential for upward mobility, constantly have to keep up with the latest findings in management knowledge.

The St. Gallen Executive Management Program is an intensive, holistic-oriented management program in two modules of four days each. It covers the latest knowledge on the main issues of modern management. Content, organization, speakers and methodology meet the highest requirements in terms of professionalism, practice and scientific reference. During the course, it is possible for the participants to discuss their own practical problems individually with the speakers.

PARTICIPANTS

- Members of the board
- Top executives and upper management
- levels
- Head of business units, departments, divisions or major business units
- Head of central units with managerial responsibility
- Experienced executives in responsible positions, which want to enhance their management knowledge and update it to the latest state.

TOPICS PART 1: STRATEGIC MANAGEMENT

Components of Integrated Management

- Basic concepts and prospects of strategic management
- Systematic thinking and acting in management
- Top management's dependence of organizational maturity

Setting Guard Rails

- Management initiatives to direct the development of the enterprise on track
- When management should hold back in order to encourage proactive employee behavior and intrapreneurship
- Effect of guard rails: Best-practice examples

Strategic Goal Setting

- Strategic goal systems: How to translate strategic goals and guard rails into actual goals.
- Setting ambitious goals: Ambitious, yet achievables

Defining Strategic Direction and Impact

- Comprehensive information as
- strategic prerequisite: Strategic analysis
- and evaluation
- Strategy formulation: Design of trendsetting strategies on corporate, managerial and functional level
- Strategy implementation: Balanced scorecard: Successful implementation of strategic concepts
- Integrated corporate development: Linking strategy formulation, structural development and potential

Strategic Marketing: Market Success

- Alternative approaches to integrated strategic marketing
- Latest inputs for futuristic marketing approaches
- Corporate Branding: Conscious design of corporate identity and image
- Personal branding, credibility and profiling of an enterprise by personalities

TOPICS PART 2: LEADERSHIP FOR EXECUTIVES

Leadership Models
- Theories of leadership
- Leadership models as a useful guide
- Fundamental questions of leadership
- The key traits of effective leaders
- Developing your own leadership model

Leadership skills
- Developing your leadership style
- Comprehending how your leadership style impacts people
- Adapting your leadership style to the situation
- How leadership develops in practice
- Inspiring and influencing others to perform
- Communication and negotiation skills
- Social competence and character
- Feedback and coaching

The Impact of Leadership
- Improving the effectiveness of the organization
- The appropriate use of power in leading and influencing people
- Empowerment through delegation
- Getting commitment
- Achieving results through objectives
- Identifying and recognizing success
- Leading teams to results
- Trust as an element of productivity

Success as Leader
- Assessing your motivation, attitudes and preferences
- Discovering your leadership capacities and talents
- Understanding others' personality types and your own
- Building teams
- Dealing with conflicts
- Developing accountability
- Understanding and using power
- Developing a personal action plan: reinventing your-self as a leader

SESSIONS

1014-E part 1: 11.–14.03.2024, Berlin, DE
part 2: 15.–18.04.2024, Brunnen

1024-E part 1: 11.–14.03.2024, Berlin, DE
part 2: 14.–17.10.2024, Luzern

1034-E part 1: 09.–12.09.2024, Davos
part 2: 14.–17.10.2024, Luzern

1044-E part 1: 09.–12.09.2024, Davos
part 2: 05.–08.05.2025, Hallwilersee

Program Fees
CHF 10900.–* (plus 8.1% VAT)**

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

** country-specific VAT for seminars outside of Switzerland.

SMP CUSTOM PROGRAMS

All Programs are available as company-specific Seminars. Please contact us: +41 71 510 92 93

TOP MANAGEMENT PROGRAM

Duration: 3 × 4 days

This three-part management program on the central issues of integrated management is aimed at executives from the top and senior management levels, who through their decisions on strategy, finance and human resources, significantly influence the further development of their company and business.

Experienced managers who have successfully worked for many years in the top positions of their companies, are facing a dilemma: the higher they rise, the more they are on their own. There is hardly an opportunity to exchange ideas with colleagues or to obtain unbiased feedback and advice. For each statement, and in every conversation, the question arises as to the «hidden agenda» of the other parties.
It is exactly this need, we meet with the St. Gallen Top Management Program. Besides imparting knowledge through excellent speakers, the focus is on dialogue and exchange of experiences between the participating top executives. The seminar offers a thematic forum for open discussion of experiences, ideas and visions with other managers in similar positions and situations. Concepts and methods, which are still new territory for one´s own industry or company, may have been implemented elsewhere long ago.
Participants can integrate own topics and examples into the syllabus or discuss them directly with the speakers, all of which have extensive consulting experience. The seminar can be used to develop innovative ideas but also to ponder critical decisions with neutral parties.

PARTICIPANTS

- Members of the board
- Executives form the top management levels.
- Head of business, departments, divisions or major business units.
- Head of central units with management responsibility.
- Experienced executives in positions of responsibility, who want to enhance and specifically bring up to date their management knowledge.

TOPICS PART 1: STRATEGIC MANAGEMENT SETTING GUARD RAILS

Components of Integrated Management

- Basic concepts and prospects of strategic management
- Systematic thinking and acting in management
- Top management's dependence of organizational maturity
- Management initiatives to direct the development of the enterprise on track
- When management should hold back in order to encourage proactive employee behavior and intrapreneurship
- Effect of guard rails: Best-practice examples

Strategic Goal Setting

- Strategic goal systems: How to translate strategic goals and guard rails into actual goals.
- Setting ambitious goals: Ambitious, yet achievable

Defining Strategic Direction and Impact

- Comprehensive information as strategic prerequisite: Strategic analysis and evaluation
- Strategy formulation: Design of trendsetting strategies on corporate, managerial and functional level
- Strategy implementation: Balanced scorecard: Successful implementation of strategic concepts
- Integrated corporate development: Linking strategy formulation, structural development and potential

Strategic Marketing: Market Success

- Alternative approaches to integrated strategic marketing
- Latest inputs for futuristic marketing approaches
- Corporate Branding: Conscious design of corporate identity and image
- Personal branding, credibility and profiling of an enterprise by personalities

TOPICS PART 2: FINANCE

Finance Management for Executives
- The role of senior management in financial leadership
- Financial goals and their causal connections
- Achieving above-average results

Management Information System
- Financial information and performance figures for executives
- The fact book as leadership tool
- Controlling in strategic and operative finance management

Significance of Annual Reports
- Analysis and interpretation of financial statements/profit and loss statements
- Performance figures and their interpretation. Where are the limitations of significance?

Active Profit Management
- Alternatives for better performance
- Programs to improve enterprise performance and profitability
- Sustainable optimization

Corporate Value
- Drivers of corporate value
- How to assess corporate value
- Development of a program to improve corporate value
- Exertion and limitation of influence

TOPICS PART 3: LEADERSHIP FOR EXECUTIVES

The list of prerequisites for leadership competence is long. We demonstrate indispensable leadership skills:
- Creativity and innovation potential
- Persuasiveness
- Perception
- Judgement
- Analytical thinking
- Sparking enthusiasm
- Result orientation
- Communication skills
- Sense for justice
- Self assurance
- Discipline
- Thirst for knowledge
- Adaptability
- Empathy
- Harmony – despite assertion

We take special care to provide genuine guidelines to really advance leadership competence and result-oriented implementation.

The personal leader program
In this seminar participants achieve condensed knowledge about the success factors of modern leadership. They identify personal strengths and talents for leadership competence. They are becoming aware of their current and future role in their actual leadership environment Participants develop a program for personal leadership competence. It focuses on advancing individual leadership skills, exploiting leadership strengths, and maximizing leadership effects. A qualified lecturer and coach will support this process and will be glad to assist participants also after class hours.

SESSIONS

1314-E part 1: 11.–14.03.2024, Berlin, DE
part 2: 15.–18.04.2024, Brunnen
part 3: 17.–20.06.2024, Davos

1324-E part 1: 09.–12.09.2024, Davos
part 2: 14.–17.10.2024, Luzern
part 3: 18.–21.11.2024, Davos

Program Fees
CHF 14900.–* (plus 8.1% VAT)**

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

** country-specific VAT for seminars outside of Switzerland.

SMP CUSTOM PROGRAMS

All Programs are available as company-specific Seminars. Please contact us: +41 71 510 92 93

STRATEGIC MANAGEMENT

Duration: 4 days

Asked «What is our company going to look like in 2 to 5 years?» hardly any manager will be able to answer «The same as today.». Dynamic economic, technological, socio-political and environmental changes in market structure and behavior constantly force managers and companies to felxibly adapt to new challanges and realities.

Proactive management for future success thus only can be achieved, if the questions mentioned above can be answered and the answers are being accepted by owners, shareholders, management, and employees. For everyone within the organization to know, which future objectives the company strives for, which policies are being applied, and what his or her own part in the overall picture is to be, terse strategies are needed.
If these strategies are to be more than just paperwork, but are to influence thinking and behavior of employees in a significant way, key personell and opinion leaders have to be involved in the process from step one. Only this involvement turns a strategy into the process of strategic management.

It is the objective of this seminar to explain the fundamental concepts of strategic management in a systematic way. The lecturers rely on their vast experience from many strategic projects to relate to the participants the most effective instruments and methods for defining, formulating, and succcessfully implementing strategic concepts.

Shaping the future

Neither surprising constraints nor so called «good opportunities» are to determine the strategic development of the company. We plan the future applying ambitious options and take proactive steps to ensure future revenues above the market standard.

Including employees into strategic projects

We expect from our employees motivation and entrepreneurial spirit. As a prerequisite to this, we develop the future directions of the company together with our key employees and and communicate results of this process early and comprehensively. Everyone should participate, which can significantly contribute to strategy development and strategy implementation.

Courage for change

Strategic course corrections will require changes. Insistance on the staus quo is usually stronger than the will to such changes. For this reason joint strategy development includes key opinion leaders into the process from the beginning in order to encourage them to actively take part in shaping the future and thus provide the new ideas with a powerful lobby.

How to avoid the tripwire of operative results

Success is a great motivator. But success, particularly if it occurs constantly for many years makes, also makes lazy and obscures the view for threatening developments. With the strategy project, we aim to sharpen the senses, to energize us with respect to future bad times and remind us of the key factors responsible for our past success.

Project management

Development and implementation of the strategy is a complex process. We attach great importance to effective project management and try to avoid inefficiencies and unnecessary delays. For this we apply a set of proven instruments.
The seminar brings together the latest findings in management theory with practical experience of professionals from top companies. Thus paricipants of the seminar learn to:

- conduct a strategic analysis as to record the status quo and define the need for action to secure the future
- identify frequent mistakes in strategic planning,
- formulate policy options available,
- determine strategies with a high probability of success
- initiate measures to strategy implementation and control.

Full course materials and «working tools» developed by SMP allow a direct implementation of the course contents. Particular attention is allotted to the topic of time and timing. We show why in a world that is turning «faster and faster» and in which much is unplanned, strategic thinking is so important.

PARTICIPANTS

- Entrepreneurs
- Managers from the top layers of their organization
- CEO's, CFO's, managing direktors.
- Members of the board
- Managing directors of important subsidiaries or business units
- Managers in positions with strategic responsibility

MAIN TOPICS

The St. Gallen approach to Strategic Management

- Basic concepts of strategic leadership
- Strategic management as part of the integrated approach to management
- Consequences of strategic decisions
- Achieving outstanding results through strategic competence

Strategic analysis

- The most important analysis in strategy projects
- Analysis for defending market positions
- Analysis for developing new markets
- Unsolved customer problems as basis for new products and services
- How to cope with technological substitution and changes in market structure
- Outsourcing, strategic alliances, reducing complexity

Effective strategies in dynamic markets

- Strategic navigation in highly competitive markets
- Managing the value drivers
- The concept of core competencies
- Time-based-Management
- Evolution small steps or visionary management for quantum leaps?
- The management of discontinuities

Formulating strategies

- Working with strategic otions
- Future market positions and portfolio-management
- Methods und instruments for formulating strategies
- How to avoid dangerous tripwires on the way into the future
- Visionary management for future success
- From strategies, that only cost money, to those that generate revenue and profit
- How to transfer strategic plans into budgets and quantitative targets

Implementation of strategies

- Effective methods for successful implementation of strategic concepts
- Strategic indicators and strategy-controlling
- Balanced Scorecard and St. Gallen Implementation Barometer

SESSIONS

3014-E 11.–14.03.2024, Berlin, DE

3024-E 09.–12.09.2024, Davos

Program Fees

CHF 5900.–* (plus 8.1% VAT)**

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

** country-specific VAT for seminars outside of Switzerland.

SMP CUSTOM PROGRAMS

All Programs are available as company-specific Seminars. Please contact us: +41 71 510 92 93

ST. GALLEN MANAGEMENT PROGRAM

Duration: 3 × 4 days

The St.Gallen Management Program is an intensive course for managers, juniors and staff members.

In three four-day units participants comprehensively study the spectrum of modern business administration. Course contents are delivered in compact format with actual practical examples, covering proven knowledge as well as new approaches.

PARTICIPANTS

- Managers with responsibility for results, heads of business units, profit centers, or product managers
- Junior managers designated for a higher position
- Staff members and project managers planning to acquire comprehensive business administration knowledge in a bigger context to better serve their coordinating position.

TOPICS PART 1:

Comprehensive Thinking in General Management

- Companies in their environments
- Key success factors
- Corporate policy and corporate culture
- Nature and significance of corporate policies
- Corporate identity & culture
- Vision and core values

Strategic Management and Execution

- Philosophy, tools and methodology of strategic management
- Procedures to develop corporate strategies, business unit strategies and functional strategies
- From customer orientation to actively influencing customer satisfaction
- Buildling blocks of a marketing concept
- Techniques to improve market performance

TOPICS PART 2:

Human Resources Management

- Employees as primary success factor
- Elements of modern human resources management
- The factors affecting employee performance
- High employee satisfaction through great performance

Leadership Styles

- Methodologies of effective leadership
- Benefits of optimized decision making processes
- Optimizing personal leadership skills

TOPICS PART 3:

Financial Leadership

- Managerial accounting
- Management of financial key factors such as liquidity, profitability, and leverage
- Cost accounting

Planning and Budgeting

- Planning and budgeting in dynamic organizations
- Handling plan deviations

Modern Finance Management

- Finance planning & tools
- Leadership tools for financial management
- Investments and feasibility studies

SESSIONS

2014-E
part 1: 19.–22.02.2024 Köln, DE
part 2: 18.–21.03.2024 Frankfurt, DE
part 3: 15.–18.04.2024 Frankfurt, DE

2024-E
part 1: 19.–22.02.2024 Köln, DE
part 2: 24.–27.06.2024 Davos
part 3: 07.–10.10.2024 Luzern

2034-E
part 1: 26.–29.08.2024 Davos
part 2: 07.–10.10.2024 Luzern
part 3: 21.–24.10.2024 Luzern

2044-E
part 1: 26.–29.08.2024 Davos
part 2: 21.–24.10.2024 Luzern
part 3: 31.03.–03.04.2025 Frankfurt, DE

Program Fees
CHF 10900.–*
(plus 8.1% VAT)**

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

** country-specific VAT for seminars outside of Switzerland.

BUSINESS LEADERS PROGRAM

Duration: 2 × 4 days

Management course in two parts for executives without formal education in business administration.

CONCEPT

The St. Gallen Business Administration Course imparts the current business and management knowledge that is a prerequisite for any successful management and staff activity in today›s business world.
For people who have not yet completed a higher education or further training in business administration.

PARTICIPANTS

- Junior executives and staff members who have not yet completed a higher education and training in business administration.
- Up-and-comers from technical or commercial backgrounds seeking solid knowhow in business administration.
- Engineers, technicians, lawyers, etc. acquiring knowledge beyond their field of expertise.

TOPICS PART 1

Fundamentals of corporate management
- Business administration at a glance
- The St. Gallen Management Concept
- System theory, management systems, and management concepts
- Interrelationships and influencing factors of modern corporate management

Corporate policy and strategic management
- A company and its environment
- Developing corporate goals, principles, and visions
- Strategic elements
- Analyses and methods for formulating and implementing strategies

Corporate structure
- Organizing structures and processes
- Organizational methodology

Business environment
- Customer needs and orientation
- Shareholder logic and owner strategy
- Importance of the general public

Marketing management
- Market research and marketing analysis
- Marketing system: product, market, and sales policy
- Marketing strategies, marketing mix
- Controlling sales performances

TOPICS PART 2

Finance and accounting
- Financial basics: the meaning of cash flow, return, and liquidity
- Forms of financing
- Balance sheet and income statement

Controlling and investment appraisal
- Outlining an investment appraisal
- Controlling as a management tool
- Reporting, management reports
- Executive›s controlling responsibility

Planning and budgeting
- Planning: Structure and logic
- Accurate budgeting
- Recognizing deviations, corrective actions
- Planning results, achieving financial goals

Approach and seminar procedure.
The seminar is based on active teaching methods, which are used alternately: guided discussions, case studies, group work, individual presentations, as well as role plays.

SESSIONS

2214-E
part 1: 19.–22.02.2024 Köln, DE
part 2: 15.–18.04.2024 Frankfurt, DE

2224-E
part 1: 19.–22.02.2024 Köln, DE
part 2: 07.–10.10.2024 Luzern

2234-E
part 1: 26.–29.08.2024 Davos
part 2: 07.–10.10.2024 Luzern

2244-E
part 1: 26.–29.08.2024 Davos
part 2: 31.03.–03.04.2025 Frankfurt, DE

Program Fees
CHF 7900.–*
(plus 8.1% VAT)**

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

** country-specific VAT for seminars outside of Switzerland.

FUTURE EXECUTIVES PROGRAM

Duration: 2 × 4 days

Management program in two parts for executives without formal education in business administration.

CONCEPT

This challenging management program is designed for emerging executives expanding their knowledge and expertise in the areas of strategic management, marketing, and leadership.
The course is based on the structure and content of the St. Gallen Management Model and the system›s theoretic approach to business administration. All speakers «speak the same language» and present their field of expertise from a holistic standpoint.

PARTICIPANTS

- Junior executives, managers, and staff members seeking higher education and training in business administration.
- Up-and-comers from technical or commercial backgrounds seeking solid knowhow in business administration.
- Engineers, technicians, lawyers, etc. acquiring knowledge beyond their field of expertise.

TOPICS PART 1

Fundamentals of corporate management

- Controlling methods of a company
- The St. Gallen Management Concept
- System theory, management systems, and management concepts

Corporate policy and strategic management

- A company and its environment
- Developing corporate goals, principles, and visions
- Analyses and methods for formulating and implementing strategies

Corporate structure

- Organizational methodology
- New organizational forms

Marketing management

- Market research and marketing analysis
- Marketing system: product, market, and sales policy
- Marketing strategies, marketing mix
- Controlling sales performances
- Online Marketing

TOPICS PART 2

Successful management

- Elements of successful management
- Focusing management on main control variables
- Strategic incentive systems as additional motivation

Executives

- Leading instead of executing: Developing high-performing employees
- Agreeing goals, promoting employees, assessing performances
- Recognizing and developing employee potential

Communication as a management task

- Basics and laws of purposeful communication
- How to deal with critical conversations
- Persuasiveness and negotiation skills

Leadership methods and techniques

- Sensible use of work technique, decision methods, and creativity techniques
- Goal-oriented conversations

SESSIONS

2314-E
part 1: 19.–22.02.2024 Köln, DE
part 1: 15.–18.04.2024 Frankfurt, DE

2324-E
part 1: 19.–22.02.2024 Köln, DE
part 2: 07.–10.10.2024 Luzern

2334-E
part 1: 26.–29.08.2024 Davos
part 2: 07.–10.10.2024 Luzern

2344-E
part 1: 26.–29.08.2024 Davos
part 2: 24.–27.03.2025 Frankfurt, DE

Program Fees
CHF 7900.–*
(plus 8.1% VAT)**

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

** country-specific VAT for seminars outside of Switzerland.

EFFECTIVE MARKETING

Duration: 4 days

This seminar for managers is designed to introduce profound insights in all critical subjects of modern marketing.

Course objectives:

- Comprehensive analysis of current topics and trends of modern marketing,
- defining major challenges of effective marketing for the future,
- demonstrating new marketing concepts, contents and methodologies (updating existing knowledge),
- showing the impact of marketing on corporate success,
- developing a corporate culture of marketing and customer orientation,
- blending important marketing responsibilities with personal experience.

In-depth training of specific topics

In addition to the course material provided, participants will get access to the tools of our consulting practice. This will support the translation of newly acquired knowledge into practical concepts.

PARTICIPANTS

- Executives with marketing responsibility or managers seeking more in-depth experience and training of all marketing aspects.
- Mangers with strategic and/or budget responsibility striving to reach their objectives by using effective marketing.

MAIN TOPICS

The most important marketing analyses

- Development of market analyses: Procedure, methodology, examples
- Seeking new market opportunities: Creativity and idea generation
- Trend analysis
- The importance of creating new markets and how to do it
- Early recognition of shifting customer needs, and how to adjust existing marketing concepts appropriately
- The significance of customer satisfaction; how to measure it; ways to actively influence it by effective service management
- Analysis of competitors: Learning from competitor's behavior

Marketing strategy and Marketing concept

- Elements and processes of a comprehensive marketing concept
- Promising marketing strategies
- Market development based on the product/market concept
- Pricing policy as a sales promotion tool

Marketing concept

- Advertising and potential effects
- Sales: Sales management, sales systems, how to improve the performance of the sales force
- Sales promotion: Objectives and opportunities
- Direct marketing: (Pre) sales with results
- Online marketing

Marketing planning

- Definition of the marketing concept in the marketing plan
- Marketing action plan
- Marketing budget and result planning

Corporate Brand Management

- The organization as a brand, corporate image and corporate identity
- Advertising, public relations and promotions used as promotional tools for corporate identity

SESSIONS

4114-E 15.–18.04.2024
Brunnen

4124-E 04.–07.11.2024
Berlin, DE

Program Fees
CHF 4500.–*
(plus 8.1% VAT)**

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

** country-specific VAT for seminars outside of Switzerland.

FINANCE FOR EXECUTIVES

Duration: 4 days

Executives with responsibility for results are constantly making significant financial decisions. They base their decisions on financial statements, profit and loss accounts, financing portfolios, cash-flow and corporate value calculations, performance figure systems, controlling reports, etc.

Many board members, managing directors, profit center heads and other managers with result responsibility and a professional career with technical background or in fields such as development, production, marketing, sales or politics would like to hone their financial skills.
This «Finance Management for Executives» seminar addresses the executive perspective and comprehensively covers all major aspects of financial management.

PARTICIPANTS

- Executives with result responsibility not being specialists in finance
- Executives, board members, business unit heads and profit center heads who are involved in financial decision making

TOPICS

Strategic Decisions and Consequences on Financial Management

- Product line extension and cost structure
- Financing of strategic options
- Outsourcing and capital turnover
- Focusing on core businesses and impact on cash-flow

Significance of the Annual Report

- How are financial statements and profit and loss statements analyzed and interpreted?
- Which performance figures lead to what kind of interpretations? Where are the limits of their significance?

Dealing with Banks and Financial Analysts

- How do bankers assess credit-worthiness of their customers?
- Rating criteria of financial analysts for the assessment of listed companies

Financing Strategies

- Future-oriented financial engineering and alternative financing strategies

Increasing Enterprise Value

- Value increase through a shareholder value concept
- EVA and MVA: Figures for the assessment of enterprise value
- Targeted use of value generators

Calculation of Enterprise Value

- Intrinsic value, earnings value and hybrid calculations
- Discounted cash-flow analysis (DCA)
- Prizing with examples from the business practice

Management Information Systems

- Financial information and performance figures for executives
- The fact-book used as management tool
- Options for strategic and operative financial management

SESSIONS

7014-E 17.–20.06.2024 Davos

7024-E 18.–21.11.2024 Davos

Program Fees
CHF 5900.–*
(plus 8.1% VAT)

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

FINANCIAL MANAGEMENT

Duration: 4 days

This seminar was specifically designed for non-financial specialists intending to fill the gap with an intensive training on financial subjects:

- Understanding the correlation of finance and accounting.
- Knowing how to interpret and apply the essential tools of finance and accounting.
- Competently recognizing personal responsibilities of financial planning, financial management and controlling.
- Constantly optimizing the quality of decision-making with appropriate evaluations and interpretations of performance figures.

After this course, participants know which tools and performance figure systems deliver reliable data to analyze the current situation and the development of an organization, and what opportunities and threats the business faces. They are able to analyze financial statements, profit and loss accounts, cash flow statements, cost statements, budgets, calculations and controlling data, and they can transfer these insights into their respective field of responsibility.

PARTICIPANTS

- Executives, not having in-dept insight in finance and accounting
- Executives, business unit and division heads
- Profit center heads and project managers, acquiring more in-dept knowledge in finance and controlling

TOPICS

The Concept of Financial Management

- The role of financial management in integrated management
- Financial management for growth, liquidity and profitability
- Consequences of shareholder value concepts for financial management

Components of Finance and Accounting

- Financial statement and profit and loss statement
- Cash-flow statement and management of liquidity
- Cash-flow, profit and profitability
- Cost accounting and cost management
- Contribution margin accounting
- Calculations and prizing
- Investment policy

Financial Planning and Financial Management

- Profit planning and profit management
- Risk analysis with break-even models
- Correct budgeting
- From costing to profit center accounting
- Financial assessment of outsourcing and make-or-buy decisions
- Measures to reach profitability goals
- Transfer of management success to financial statements and financial planning

Controlling

- Management by performance figures
- Management accounting
- Budget/result comparison and deviation analysis
- Early warning systems
- Collaboration of management and controller
- Active management of results and profits

SESSIONS

7114-E 15.–18.04.2024 Frankfurt, DE

7124-E 07.–10.10.2024 Luzern

Program Fees
CHF 4500.–*
(plus 8.1% VAT)**

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

** country-specific VAT for seminars outside of Switzerland.

EXECUTIVE LEADERSHIP WEEK

Duration: 4 days

The „Executive Leadership Week“ has been designed to help experienced executives to identify and hone personal leadership skills. The goal of this course is to face the challenge of uncovering inadequacies of personal leadership qualities based on neutral cases, followed by appropriate measures for improvement.

This seminar creates self-awareness using feedback, supports personal growth and advances leadership competence. It provides opportunities for optimization and furthermore offers the chance for a personal exchange with our leadership coach.

Course participants are executives with extensive leadership qualifications who are fully aware that only continuing education and ongoing personal development are going to lead to the results indispensable for enduring success: A culture of performance orientation, a focusing on results, and a winning spirit in an environment where work, joy and challenge are present at the same time.

BENEFITS

- Participants learn about their personal leadership competence and how to use it appropriately.
- In a guided process, participants identify their personal leadership qualities which they can later discuss confidentially with the leadership coach.
- Participants learn methodologies of mental training, communication, independent governance and motivation.
- Stress management and measures to match personal goals with the organization’s mission.

PARTICIPANTS

- Experienced executives with extensive leadership practice based on «learning by doing», who seek methodical and psychological background information for a more structured leadership approach.
- Executives, project managers, and team leaders aiming to analyze and improve personal leadership competence – mirrored with neutral examples.

TOPICS

The list of prerequisites for leadership competence is long. We demonstrate indispensable leadership skills:

- Creativity and innovation potential
- Persuasiveness
- Perception
- Judgement
- Analytical thinking
- Contagious enthusiasm
- Result orientation
- Communication skills
- Sense for justice
- Discipline
- Thirst for knowledge
- Adaptability
- Empathy
- Harmony – despite assertion

We take special care to provide genuine guidelines to really advance leadership competence and result-oriented implementation

SESSIONS

5714-E 15.–18.04.2024 Brunnen

5724-E 14.–17.10.2024 Luzern

Program Fees
CHF 5900.–*
(plus 8.1% VAT)

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

CHANGE MANAGEMENT

Duration: 3 days

This seminar provides executives with the necessary skills to purposefully manage and successfully implement major changes in their company. The seminar addresses hard aspects of change processes, such as systems and structures, as well as soft factors of communication and leadership in transitional periods.

Successfully implementing a strategic realignment or sensible reorganization is one of the most challenging tasks in management. It is often easier to build something new than to convince an organization or culture of an inevitable change.
Achieving satisfactory results in this endeavor requires pursuing a common goal on two levels: The necessary changes have to be applied to the so-called hard facts in order to anchor new goals and behaviors within the structures, processes, and incentive systems. In terms of the soft facts, we need to convince employees of the new path, allay their fears and uncertainties, and spark enthusiasm for the new challenge.

Both approaches pursue the same goal. However, the competencies required for a successful implementation differ considerably. Logic and understanding of the system on one side, empathy and charisma on the other. Only synergizing and coordinating both of these approaches will lead to the desired change.

PARTICIPANTS

- Experienced middle and senior level executives realigning their area of responsibility in the long term.
- Executives who are constantly forced to adjust their organization, structures, and business model due to the dynamics of their business.

TOPICS

Findings on modern change process management

- Current trends in change management
- Practical experience - From vision and strategy to implementation

Managing change processes

- Sequences of transformations
- Anticipating possible implementation barriers
- Involving employees in change processes
- Working with change agents
- Building a coalition of change agents
- Prompting bullwhip effects
- Master checklist as starting point for dividing and delegating work
- Change controlling: Avoiding common mistakes and recognizing deviations early on

Psychology of change

- Dealing with fundamental changes in structures, processes, and culture
- Identifying and removing blockades
- Initiating changes - pointing out necessities, creating psychological stress
- Instilling positive attributes to change: Change as an opportunity for companies and employees

Developing a learning organization

- Applying scaling concepts
- Working with atectonic structures
- Building up "Organizational Fitness"
- How to increase dynamics in an organization

SESSIONS

5914-E 17.–19.06.2024
Brunnen

5924-E 25.–27.11.2024
Brunnen

Program Fees
CHF 4500.–*
(plus 8.1% VAT)

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

LEADERSHIP MANAGEMENT

Duration: 4 days

The influence of leadership on performance and employee satisfaction is beyond dispute. Today's research clearly shows which leadership principles and leadership behaviors transform employees into motivated thinkers.

Good leaders are challenged. They should communicate visions, spark enthusiasm and transfer goals appropriately from the top to all other levels. They are supposed to support employees, develop skills and build teams where motivated achievers materialize ideas, show top performance, and achieve common goals in an atmosphere of mutual trust and open communication. They are supposed to grow within their role, develop substitutes and qualify themselves for higher tasks.

Requirements for leaders

- Successful leaders lead situatively. Their leadership style adjusts flexibly to different assignments and prerequisites of employees.
- Successful leaders manage to suitably apply the laws of motivational theory.
- They concentrate on relevant issues, set priorities, and delegate.
- They build their teams personally and select appropriate people for specific jobs.
- Competent employees with well developed skills are a crucial prerequisite.
- Awareness of the personal role model position, developing a performance–oriented and trustworthy environment.
- Conflict awareness; conflicts are not avoided but faced and addressed head-on.

PARTICIPANTS

- Successful managers acquiring new inputs and insights for personal leadership competence.
- Specialists and team leaders acquiring new positions with more extensive leadership responsibility.
- Junior managers designated for a higher position with comprehensive leadership responsibility.

TOPICS

The St. Gallen Leadership Model

- Human resources management as critical success factor of the St. Gallen Management Approach
- Awareness of the personal leadership situation: Influencing factors and effects

Leadership Style and Leadership Personality

- Findings of modern leadership theories
- Leadership styles and situative leadership
- Authentic and effective - components of personal leadership

Tools and Methodologies of Human Resources Management

- Leadership versus execution: Development of high performing employees
- Strategic incentive systems as motivators
- Target agreements, employee development, and performance evaluation
- Creation of dynamics and enthusiasm

Leadership Behavior and Leadership Competence

- Leadership through internal corporate identity
- Identification and motivation based on a an exemplified corporate culture
- Competent leadership behavior in critical situations
- Motivation as leadership skill

SESSIONS

5014-E 18.–21.03.2024 Frankfurt, DE

5024-E 24.–27.06.2024 Davos

5034-E 21.–24.10.2024 Luzern

Program Fees
CHF 4500.–*
(plus 8.1% VAT)**

* Invoicing in EUR possible (subject to daily exchange rates).

** country-specific VAT for seminars outside of Switzerland.

MASTER & DIPLOME

SMP MASTER-, DIPLOM-, ZERTIFIKATS-PROGRAMME
PROGRAMMAUFBAU

Engagierten Führungs- und Fachkräften, die gezielt eine praxisorientierte Weiterbildung suchen, die über den reinen Seminarbesuch hinausgeht, bietet SMP ein umfassendes Sortiment an ganzheitlichen Diplom- und Masterprogrammen.

Das Angebot reicht dabei vom Management-Zertifikat, bestehend aus Präsenzseminar und Projektarbeit, bis hin zum voll akkreditierten akademischen MBA-Programm von mindestens 2 Jahren Dauer.

Alle Programme nutzen die seit vielen Jahren bewährten Seminare und ergänzen diese gezielt durch flexible Studienmodule zur Vertiefung und Anwendung der gewonnenen Erkenntnisse. So entstehen Studiengänge, die aktuellste Theorien und Konzepte mit höchstem Praxisbezug vereinen.

MODULARER AUFBAU

Alle Master- und Diplomprogramme von SMP sind modular aufgebaut und können entsprechend individuell zusammengestellt werden (vergleichbar mit dem ECTS Credit-System).

Die im Rahmen eines bestimmten Programmes zu erbringenden Leistungsbestandteile (Präsenzseminar, Workshop, Fernstudium, Diplom- oder Projektarbeit, etc.) können so spezifisch auf die Bedürfnisse jedes einzelnen Studenten massgeschneidert werden.

Dies ermöglicht es den Studierenden, den Studienablauf weitgehend frei zu gestalten. Bereits erbrachte Leistungen eines Studiengangs der unteren Stufen können ggf. später an ein umfassenderes Programm angerechnet werden und müssen dort nicht nochmals erbracht werden. Ein persönlicher Bildungsweg lässt sich so auch langfristig strategisch planen und überschneidungsfrei gestalten.

ANRECHNUNG VON LEISTUNGEN

Die für jeden Diplomabschluss nötigen Credits sind nicht fest mit einem bestimmten Studiengang verbunden, sondern können auch vorab durch den Besuch z. B. eines einzelnen Seminars erworben und später auf ein Diplomprogramm angerechnet werden. Bereits besuchte Seminare können so auch nachträglich jederzeit in ein Master- oder Diplomprogramm integriert werden.

Ob und in welchem Ausmass eine bereits erbrachte Leistung anrechenbar ist, wird im Einzelfall geprüft. Leistungen, die den im Studienplan vorgesehenen Modulen exakt entsprechen, können in der Regel voll angerechnet werden. Andere Leistungen werden mit dem Anteil angerechnet, der thematisch mit dem Standardprogramm des Studiengangs übereinstimmt.

UPGRADE: vom Seminar zum Master oder Diplom

Ein Beispiel: Ein Teilnehmer, der bereits das St. Galler Junior Management Programm besucht hat, kann dieses auf den Studiengang zum SMP Master of Management voll anrechnen, da das Seminar exakt den ersten 3 Präsenzmodulen des Diplomprogramms entspricht. Will er stattdessen den Abschluss zum Sales Management-Diplom SMP St. Gallen erwerben, so ist lediglich eine Anrechnung von 4 Seminartagen im Rahmen des Basisprogramms möglich.

Unsere Studienleitung informiert Sie jederzeit gerne, in welchem Umfang und an welche Studiengänge eine Anrechnung der von Ihnen bereits erbrachten Leistungen möglich ist, und erstellt Ihnen einen unverbindlichen Studienplan für das für Sie optimale Programm.

AKADEMISCHE PROGRAMME

24–36 Monate

- Doctor of Business Administration (DBA)
- Executive MBA (EMBA)

EXECUTIVE MASTER PROGRAMME

18–24 Monate

SMP Executive Master of:
- General Management
- Leadership
- Marketing
- Finance
- SMP Master of Management

GENERAL MANAGEMENT-DIPLOME

6–12 Monate

- Geschäftsführer- und CEO-Diplom SMP St. Gallen
- General Management-Diplom SMP St. Gallen
- Junior Management-Diplom SMP St. Gallen

MANAGEMENT-DIPLOME

6–12 Monate

- Marketing Management-Diplom SMP St. Gallen
- Sales Management-Diplom SMP St. Gallen
- Finanz-Diplom SMP St. Gallen
- Controlling-Diplom SMP St. Gallen

MANAGEMENT-ZERTIFIKATE

3–9 Monate

- Strategie-Zertifikat SMP St. Gallen
- Marketing-Zertifikat SMP St. Gallen
- Sales Management-Zertifikat SMP St. Gallen
- Finanz-und Controlling-Zertifikat SMP St. Gallen
- Leadership-Zertifikat SMP St. Gallen

Seminare, Workshops	Fernstudium, E-Learning	Diplomarbeit, Projektarbeit	Kolloquium

Anrechnung bereits besuchter SMP-Seminare an Master-, Diplom-, Zertifikats-Programme möglich

MASTER-, DIPLOM-, ZERTIFIKATS-PROGRAMME
ÜBERSICHT

EXECUTIVE MBA (MBA)

Dieser akademische Studiengang von 24 bis 36 Monaten Dauer richtet sich an obere und oberste Führungskräfte, die gezielt einen international anerkannten Abschluss erwerben möchten, um ihr persönliches Profil abzurunden. Mindestens 5 Jahre Führungserfahrung in verantwortlicher Position und ein abgeschlossenes Hochschulstudium (Bachelor equivalent) sind Zulassungsvoraussetzung.

Das Programm kombiniert den ganzheitlichen St. Galler Management-Ansatz mit der aktuellen Erkenntnissen der akademischen Management-Lehre und vermittelt so das umfassende Verständnis, welches Führungskräfte in international vernetzten Unternehmen heute benötigen.

Insgesamt 32 Präsenztage gepaart mit Selbststudium und Fallstudien bieten einen perfekten Mix aus neuestem Wissen und praktischer Anwendung der Konzepte und Methoden in der Praxis.

EXECUTIVE MASTER PROGRAMME

Diese praxisorientierten Master Programme richten sich als Alternative zum MBA an erfahrene Führungskräfte, die ihre Effektivität und Fachkompetenz gezielt steigern wollen, bei denen ein akademischer Grad im Lebenslauf aber nicht oberste Priorität hat.

SMP MASTER OF MANAGEMENT

Dieses intensive Programm bietet aufstrebenden Führungskräften, Spezialisten, Technikern und Juristen ohne betriebswirtschaftliches Studium die Möglichkeit, in 12–18 Monaten berufsbegleitend einen wertvollen Abschluss zu allen zentralen Themen der modernen Managementlehre zu erwerben.

GENERAL MANAGEMENT-DIPLOME

Auf 3 Hierarchiestufen bieten diese ganzheitlichen Diplom-Lehrgänge engagierten Führungs- und Fachkräften die Möglichkeit, sich effektiv und kompakt auf neue Aufgaben und Herausforderungen vorzubereiten.

Die Präsenzseminare sind dabei stets abgestimmt auf die Bedürfnisse der entsprechenden Zielgruppe. Wo junge Führungs- und Fachkräfte primär neue Kenntnisse erwerben möchten, gilt es für erfahrene Manager eher, vorhandenes Wissen im Austausch mit anderen Executives zu hinterfragen und auf den neuesten Stand zu bringen.

Die abschliessende Diplomarbeit, die zu einem Thema aus der eigenen Praxis zu verfassen ist, bietet die perfekte Plattform, um sich frühzeitig in einen neuen Aufgabenbereich einzuarbeiten und nicht nur gegenüber dem Prüfungsausschuss sondern auch im eigenen Unternehmen zu zeigen, dass man bereit ist, sich neuen Herausforderungen zu stellen.

MANAGEMENT- DIPLOME

Wer sich in seinem Fachbereich für höhere Aufgaben empfehlen möchte, der ist gut beraten, sein Kompetenz und Eignung durch eine Weiterbildung mit Diplomabschluss zu belegen.

Im Gegensatz zu den General Management-Diplomen setzen die Management-Diplome nicht auf Breite sondern auf Tiefe. Zu einem engen Themenkreis wird, aufbauend auf den bereits vorhandenen Kenntnissen der Teilnehmer, gezielt neuestes Wissen zum entsprechenden Fachbereich vermittelt und im Rahmen von 2×2 Workshoptagen aktiv trainiert.

Auch hier gilt es abschliessend, den eigenen Lernerfolg durch eine Diplomarbeit zu belegen, welche am Kolloquium gegenüber kritischen Fragen zu verteidigen ist.

MANAGEMENT-ZERTIFIKATE

Diese Programme richten sich an Führungs- und Fachkräfte, die sich zeitlich nicht in der Lage sehen, einen Studiengang zu besuchen, aber trotzdem einen Leistungsnachweis erwerben möchten, der über den reinen Seminarbesuch hinausgeht.

Jedes Zertifikat besteht aus einem Präsenzseminar und einer anschliessenden Projektarbeit mit Präsentation in St. Gallen zum entsprechenden Themenkreis.

Durch die Projektarbeit belegen die Teilnehmer, dass sie in der Lage sind, die im Seminar vermittelten Inhalte selbständig auf konkrete Aufgabenstellungen aus der Praxis anzuwenden.

MASTER-, DIPLOM-, ZERTIFIKATS-PROGRAMME
TEILNEHMERSTIMMEN (AUSZUG)

SMP EXECUTIVE MASTER OF GENERAL MANAGEMENT

Auf meiner Suche nach einer umfassenden Management-Weiterbildung, die auch von einer Führungskraft in verantwortlicher Position realistisch berufsbegleitend absolviert werden kann, stiess ich auf den SMP Executive Master of General Management.

Bereits nach dem Besuch der ersten Seminarmodule war ich überzeugt, damit die richtige Wahl getroffen zu haben. Der grosse Erfahrungsschatz der Dozenten, die immer eine klare Verbindung zwischen den theoretischen Konzepten und sehr konkreten Beispielen aus der Praxis herstellen konnten, half mir sehr dabei, wieder in die Rolle eines «Studierenden» zu schlüpfen. Durch die stets positive Seminaratmosphäre und die überschaubaren Gruppengrössen konnte ich eigene Erfahrungen sehr gut einbringen.

Auch das Fernstudium, vor dem ich vorab zugegebenermassen etwas Respekt hatte, war äusserst anwendungsorientiert aufgebaut und ich konnte zahlreiche Methoden und Instrumente bereits während des Studiums für meine eigene berufliche Praxis anwenden.
Die Erstellung der Projektarbeit bedeutete zwar eine erhebliche Zusatzbelastung, doch da ich ein Thema aus der eigenen Praxis wählen konnte, entstand daraus auch ein sehr konkreter Nutzen für das Unternehmen und auch für mich persönlich. Ich nehme viele wichtige Inputs aus dem Studium mit und freue mich jetzt darauf, die neuen Kenntnisse in der Praxis effektiv anzuwenden.

Dr. Ing. Johann Beiersdorfer
Audi AG

GENERAL MANAGEMENT-DIPLOM SMP ST. GALLEN

Im Rahmen meiner beruflichen Weiterentwicklung stellte sich die Frage, wie das nötige Wissen, insbesondere in den Bereichen Strategie und Finanzen, angereichert und ausgebaut werden könnte. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass ich bereits ein BWL-Studium absolviert hatte, war es wichtig ein Programm mit nötiger Tiefe und etwas anderen Schwerpunkten als im Studium zu finden.

Die Wahl fiel auf das General-Management-Diplom, welches mir auch im Rahmen der Diplomarbeit ermöglichte, die Lerninhalte praxisnah im eigenen Unternehmen anzuwenden.

Die Seminare waren gut strukturiert und die Themen wurden anschaulich durch verschiedene Dozenten vermittelt.
Die Dynamik in den Gruppen und der Wissenstransfer wurde durch punktuelle Praxisübungen verstärkt.

Das Interagieren und Netzwerken mit den anderen Teilnehmern aus den unterschiedlichsten Branchen und Abteilungen war das I-Tüpfelchen in den Seminaren. Insgesamt bin ich mit dem Inhalt, der Tiefe und dem Anspruchsgrad des Studiums sehr zufrieden und werde es gerne weiterempfehlen.

Giovanni De Rosa
Sales Director
Tchibo Coffee Service GmbH

SMP MASTER OF MANAGEMENT

Das Programm war eine ideale Ergänzung zu meinem Berufsalltag und beinhaltete alle für mich relevanten Themen. Die Wissensvermittlung war fachlich fundiert und mit vielen praktischen Beispielen gespickt. Die Referenten waren versiert in ihren Themen und nah am Zeitgeschehen. Die Zusammensetzung der Teilnehmenden war branchenübergreifend und der gemeinsame Austausch sehr spannend. Die Business Cases im Anschluss an die Seminare waren spannend und herausfordernd. Mittels der empfohlenen Literatur und den umfangreichen Unterlagen konnte man sich vertieft mit der Materie auseinander setzen und das Wissen verankern. Die abschliessende Diplomarbeit forderte eine umfassende Beschäftigung mit der Problemstellung und ermöglichte einen tiefen Einblick in die gewählte Thematik.

Beate Makowsky
Leiter Marketing & Verkauf /
Stv. Geschäftsführerin
Tropenhaus Frutigen

JUNIOR MANAGEMENT DIPLOM SMP ST. GALLEN

Mit dem Lehrgang «Junior Managment Diplom SMP St. Gallen» konnte ich mir viele neue betriebswirtschaftliche Kenntnisse aneignen und vorhandene aktualisieren. Die Referenten verstehen es hervorragend, die betriebswirtschaftliche Theorie mit gelebter Unternehmenspraxis zu verbinden - dies erleichtert die Anwendung des erlernten Instrumentariums im Arbeitsalltag. Besonders profitiert habe ich auch von der bunten Mischung der Teilnehmer aus vielerlei Branchen und mit unterschiedlichsten Funktionen.
Das Studium begleitender Literatur und das Verfassen der Diplomarbeit erfordert neben dem Beruf ein zusätzliches Pensum an Zeit und Engagement. Wenn man am Ende sein Diplom mit dem fundierten Feedback hochkarätiger Gutachter in Händen hält, ist die Mühe aber mehr als belohnt.

Clemens Malin
Abteilungsbereichsleiter
LBS Baden-Württemberg

LEADERSHIP-ZERTIFIKAT SMP ST. GALLEN

Da St. Gallen als Ausbildungsstätte für anspruchsvolle Weiterbildungen im Bereich Management und Leadership weit über seine regionalen Grenzen hinaus einen hervorragenden Ruf hat, war mir rasch bewusst, dass ich diesbezügliche Ausbildungsprogramme primär an einer der Business Schools in der Ostschweiz absolvieren werde. Nach intensiver Marktrecherche und den dortigen durchaus vielfältigen Weiterbildungsmöglichkeiten fiel meine finale Wahl auf das SMP Management Programm St. Gallen.
Sowohl die Seminare, die Betreuung im Rahmen der Diplomarbeit sowie das abschließende Kolloquium wurden zu jeder Zeit höchst professionell betreut und qualitativ hochwertig durchgeführt.
Die Referenten konnten ihren großen Erfahrungsschatz bestens an die Teilnehmer vermitteln und dabei viel Wissen in relativ kurzer Zeit transportieren. Durch die abschließende Diplomarbeit und das Kolloquium war es mir möglich einen ausgewählten Themenkomplex, nach eigenen Interessen sowie zu meinen beruflichen Tätigkeiten passend, zu vertiefen.

Auch wenn der Aufwand für die Erstellung der Diplomarbeit in einem relativ kurzen Zeitfenster eine organisatorische Herausforderung war, fühle ich mich Revue passierend und nach dem erfolgreichen Abschluss des SMP Leadership-Zertifikats St. Gallen – in meiner Entscheidung das SMP Management Programm St. Gallen für meine Management Weiterbildung auszuwählen, bestätigt.

Christoph Seidel
Managing Consultant
Governance, Risk & Compliance
NTT Security (Austria) GmbH

MASTER-, DIPLOM-, ZERTIFIKATS-PROGRAMME
DATEN JANUAR – DEZEMBER 2024

EXECUTIVE MBA

Executive MBA

Studienbeginn: 3× jährlich möglich
Dauer: 24–36 Monate
Studiengebühr: CHF 39900.–*

EXECUTIVE MASTER PROGRAMME

SMP Executive Master of General Management St. Gallen

Studienbeginn: jederzeit möglich
Dauer: 18–24 Monate
Studiengebühr: CHF 29900.– * (zzgl. 8.1% MWST)

SMP Executive Master of Marketing St. Gallen

Studienbeginn: jederzeit möglich
Dauer: 18–24 Monate
Studiengebühr: CHF 29900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

SMP Executive Master of Finance St. Gallen

Studienbeginn: jederzeit möglich
Dauer: 18–24 Monate
Studiengebühr: CHF 29900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

SMP Executive Master of Leadership St. Gallen

Studienbeginn: jederzeit möglich
Dauer: 18–24 Monate
Studiengebühr: CHF 29900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

MASTER PROGRAMME

SMP Master of Management St. Gallen

Studienbeginn: jederzeit möglich
Dauer: 12–18 Monate
Studiengebühr: CHF 23900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

GENERAL MANAGEMENT-DIPLOME

Geschäftsführer- und CEO-Diplom SMP St. Gallen

Studienbeginn: 04.03.2024
10.06.2024
02.09.2024
18.11.2024
Dauer: 6–12 Monate
Studiengebühr: CHF 17900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

General Management-Diplom SMP St. Gallen

Studienbeginn: 22.01.2024
04.03.2024
17.06.2024
26.08.2024
11.11.2024
Dauer: 6–12 Monate
Studiengebühr: CHF 16900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

Junior Management-Diplom SMP St. Gallen

Studienbeginn: 15.01.2024
11.03.2024
22.04.2024
02.09.2024
04.11.2024
Dauer: 6–12 Monate
Studiengebühr: CHF 14900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

FACH- UND SPEZIALISTEN-DIPLOME

Marketing Management-Diplom SMP St. Gallen

Studienbeginn: 15.01.2024
11.03.2024
22.04.2024
02.09.2024
04.11.2024
Dauer: 6–12 Monate
Studiengebühr: CHF 14900.–* (zzgl. 8.1% MWST)

MASTER-, DIPLOM-, ZERTIFIKATS-PROGRAMME
DATEN JANUAR – DEZEMBER 2024

Sales Management-Diplom SMP St. Gallen

Studienbeginn: 15.01.2024
11.03.2024
22.04.2024
02.09.2024
04.11.2024

Dauer: 6 – 12 Monate

Studiengebühr: CHF 14 900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

Finanz-Diplom SMP St. Gallen

Studienbeginn: 15.01.2024
11.03.2024
22.04.2024
02.09.2024
04.11.2024

Dauer: 6 – 12 Monate

Studiengebühr: CHF 14 900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

Controlling-Diplom SMP St. Gallen

Studienbeginn: 15.01.2024
11.03.2024
22.04.2024
02.09.2024
04.11.2024

Dauer: 6 – 12 Monate

Studiengebühr: CHF 14 900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

MANAGEMENT-ZERTIFIKATE

Strategie-Zertifikat SMP St. Gallen

Studienbeginn: 22.01.2024
04.03.2024
17.04.2024
17.06.2024
26.08.2024
11.11.2024

Dauer: 3 – 9 Monate

Studiengebühr: CHF 7 900.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

Marketing-Zertifikat SMP St. Gallen

Studienbeginn: 22.01.2024
08.04.2024
25.11.2024

Dauer: 3 – 9 Monate

Studiengebühr: CHF 7 500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

Sales Management-Zertifikat SMP St. Gallen

Studienbeginn: 10.06.2024
04.11.2024

Dauer: 3 – 9 Monate

Studiengebühr: CHF 7 500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

Finanz-und Controlling-Zertifikat SMP St. Gallen

Studienbeginn: 15.01.2024
08.04.2024
17.06.2024
19.08.2024
23.09.2024
04.11.2024

Dauer: 3 – 9 Monate

Studiengebühr: CHF 7 500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

Leadership-Zertifikat SMP St. Gallen

Studienbeginn: 22.01.2024
11.03.2024
22.04.2024
01.07.2024
09.09.2024
14.10.2024
18.11.2024

Dauer: 3 – 9 Monate

Studiengebühr: CHF 7 500.–*
(zzgl. 8.1% MWST)

INFORMATION UND BERATUNG

Detaillierte Angaben zu allen Master- und Diplomprogrammen finden Sie unter

www.smp.ch/diplome

oder in unserer Broschüre MASTER & DIPLOME

Gerne erläutern wir Ihnen die Vorzüge der SMP Studienprogramme oder beraten Sie bei der Auswahl des für Sie optimalen Studienlehrgangs.

Telefon +41 71 244 55 55
diplome@smp.ch

SMP CUSTOM PROGRAMS

106 Firmenspezifische Weiterbildung (Inhouse)
108 Coaching
110 Referenzen

SMP CUSTOM PROGRAMS
FIRMENSPEZIFISCHE WEITERBILDUNG (INHOUSE)

Mit SMP Custom Programs ist der seit vielen Jahren in der Praxis bewährte ganzheitliche St. Galler Management-Ansatz auch für firmeninterne Weiterbildungsmassnahmen zugänglich. In enger Zusammenarbeit mit den Personalverantwortlichen unserer Auftraggeber erarbeiten wir spezifisch auf die Bedürfnisse des jeweiligen Partners zugeschnittene Weiterbildungskonzepte.

Das Spektrum reicht vom Seminar oder Workshop bis zu Realisierung von Corporate University-Projekten. Sämtliche Projekte können in Deutsch, Englisch, Französisch oder in weiteren Sprachen auf Anfrage durchgeführt werden.

Seminare
Sie können wahlweise auf bestehende Seminarkonzepte zurückgreifen oder ein auf die spezifischen Bedürfnisse Ihrer Führungskräfte angepasstes Programm planen und realisieren. Dabei steht Ihnen die gesamte Themenpalette des ganzheitlichen Managements offen. Diese umfasst unter anderem folgende Schwerpunkte:

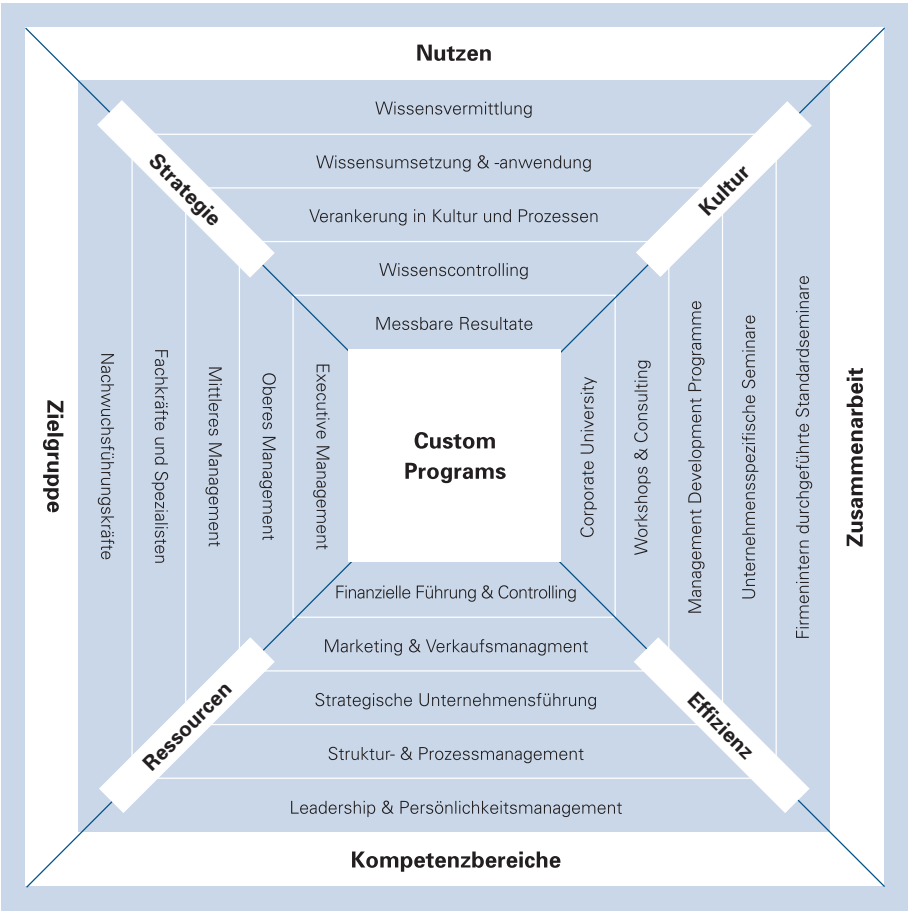
- Corporate Governance
- Strategisches Management
- Struktur- und Prozessmanagement
- Change Mangement
- Marketing, Verkauf, Vertrieb
- Mitarbeiterführung und Leadership
- Persönlichkeitsmanagement
- Finanzielle Führung und Controlling
- u.a.

Workshops, Beratung
Beim Inhouse-Seminar steht die Wissensvermittlung im Vordergrund. Wissen muss jedoch in Resultate überführt werden. Dies muss durch jede Führungskraft und die einzelnen Teams individuell im Management-Alltag geschehen und setzt eine hohe Leistungsbereitschaft voraus. Gezielt eingesetzte Inhouse-Workshops fördern und unterstützen die Wissensanwendung im Sinne der Problemlösung in der Praxis.
Sie stellen damit eine Kombination von Wissensvermittlung und -Anwendung dar und erhöhen den Umsetzungserfolg Ihrer Inhouse-Seminare, indem die notwendigen Arbeitsinstrumente und Management-Tools für eigene Aufgabenstellungen angewandt werden.

Management Development-Programme
Chancen und Risiken im Marktumfeld führen oft zu einem bedeutenden Anpassungs- und Veränderungsbedarf im Unternehmen und damit zu neuen Herausforderungen im Management. Es ist der Wettbewerb um die besten Management-Ressourcen, welcher über den Unternehmenserfolg entscheidet. Deshalb gilt es, die Management-Kompetenz von Führungskräften und High Potentials umfassend und kontinuierlich zu fördern. Im Rahmen des Management Development Programms, welches auf die firmenspezifischen Rahmenbedingungen zugeschnitten ist, geschieht dies in Form von Seminaren, Workshops, Projektarbeit und Coaching. Die Wahl und Intensität der einzelnen Module wird in Zusammenarbeit mit den Personalverantwortlichen Ihres Unternehmens datailliert abgestimmt.

Corporate University
SMP hat weltweit mehrere Business Schools konzipiert, zur Markteinführung gebracht und zum Erfolg geführt. Ein einzigartiges Wissen, das wir Ihnen gerne zur Verfügung stellen, wenn es darum geht,

- als «Generalunternehmer für Management-Kompetenz» Ihre Corporate University oder Inhouse Academy zu konzipieren und zu realisieren,
- eine bestehende Akademie oder Corporate University anhand von best practices bezüglich Effizienz und Effektivität zu analysieren,
- Qualität zu steigern, Kosten zu senken oder das Bildungs-Controlling zu verbessern,
- Komplette Seminare und Lehrgänge bis hin zum firmenspezifischen Master- und Executive MBA-Programm zu konzipieren und durchzuführen.



SMP Custom Programs unterstützt die Erreichung der Unternehmensziele auf operativer und strategischer Ebene. Ausgangslage für die Planung und Durchführung von Inhouse-Weiterbildungsmassnahmen sind daher die Unternehmensstrategie sowie die operative Planung. Auf dieser Basis gilt es, die wirksamste und wirtschaftlichste Form zur Entwicklung der notwendigen Managementkompetenzen zu definieren:

Welchen Kompetenzbereich gilt es zu stärken?

In einigen Fällen genügt es, einzelne Themenschwerpunkte zu fokussieren und zum Beispiel ein Vertriebsteam in Fragen des Verkaufsmanagements, der Vertriebseffizienz, der Neukundengewinnung etc. zu trainieren. Häufig ist jedoch ein mehrere Kompetenzbereiche umfassendes General Management Programm sinnvoll.

Welche Zielgruppe ist einzubeziehen?

Wir bieten Ihnen für umfassende Corporate-Learning-Prozesse zielgruppenadäquate Gesamtkonzepte. Genauso können wir einzelne Ebenen des Managements fokussiert betreuen.

Welchen Nutzen streben Sie an?

Geht es darum, die Teilnehmenden im Sinne der Wissensvermittlung mit dem notwendigen „Rüstzeug“ zu versehen, oder wollen Sie einen Transformationsprozess im Unternehmen initiieren und steuern?

Welche Form der Zusammenarbeit führt zum Ziel?

Das Mass an unternehmensspezifischer Anpassung der Inhalte sowie die Höhe des Umsetzungsgrades bestimmt letztlich die ideale Form der Zusammenarbeit. Vom einfachen Seminar bis zur anspruchsvollen Corporate University stehen Ihnen professionellstes Management Development & Consulting zur Verfügung.

Gerne stehen wir Ihnen für ein unverbindliches Gespräch zur Verfügung.

Telefon +41 71 510 92 93
seminare@smp.ch
www.smp.ch

SMP CUSTOM PROGRAMS
SEMINAR UND COACHING – DAS ENTSCHEIDENDE PLUS

Buchen Sie zusätzlich zum Besuch eines St. Galler Seminars eine Coaching-Option. Damit bekommen Sie die Gelegenheit, die für Sie wichtigsten Themen des Seminars individuell, unter vier Augen, in unserem Studienzentrum, remote online oder bei Ihnen im Unternehmen massgeschneidert zu vertiefen.

Vorteile auf einen Blick

- Aktuelles Managementwissen
- Top-Dozenten
- Höchste Praxisrelevanz
- Coaching als Option

SEMINAR PLUS COACHING

St. Gallen setzt die Standards für professionelles Management. Unsere Seminare und Programme verbinden neueste Erkenntnisse der Management-Forschung mit Erfahrungen aus der Unternehmenspraxis. Sie erlauben St. Galler Managementwissen und Best Practices für eigene Aufgaben gezielt anzuwenden.

Um Wissen mit Resultaten zu verbinden, kann jedes Seminar der SMP Management Programm St. Gallen zusätzlich mit einer «Coaching-Option» gebucht werden.

Zuerst das Seminar

Wer sich weiterbilden will und aktuelles Wissen zu richtigem und erfolgreichem Management sucht, bucht eines der SMP Seminare. Ohne Option, ohne Zusatz. Die Mischung aus Wissensvermittlung und Wissensanwendung bringt Erkenntnisse, Impulse und konkrete Antworten zu relevanten Fragen.

Zusätzlich zum Seminar die Coaching-Option

Wer die im Seminar gewonnenen Erkenntnisse und Impulse für die eigene Aufgabe individuell nutzen oder in die Unternehmung hineintragen will, bucht zusätzlich zum Seminar eine Coaching-Option.
Die Coaching-Option eignet sich besonders, wenn Sie zuerst Ihr Wissen aktualisieren oder erweitern wollen, dann aber einen ersten grossen Schritt in Richtung Umsetzung und Resultat machen wollen.

Termine, Kosten

Der Termin für den Coaching-Tag wird nach dem Seminar individuell mit Ihnen vereinbart. Das Honorar für den Coaching-Tag wird zusammen mit der Seminargebühr in Rechnung gestellt. Die effektiv anfallenden Spesen des Coaches für Reise, Unterkunft und Verpflegung werden gesondert verrechnet, sofern der Coaching-Tag nicht bei uns in St. Gallen oder remote online sondern bei Ihnen stattfinden soll.

Coaching-Anfrage
Telefon: +41 71 244 55 55
E-Mail: cc@smp.ch

VIER COACHING-OPTIONEN

EINZEL-COACHING

Sie besuchen zuerst das Seminar. Danach vereinbaren Sie einen Tag unter vier Augen, um besonders Wichtiges individuell zu vertiefen. Die Coaching-Option lösen Sie somit für sich selbst ein. In St. Gallen, in Ihrer Nähe, in Ihrem Unternehmen oder remote online.

MENTAL-OPTION

Sie wollen sich mental auf eine Spitzenleistung vorbereiten. Zusätzlich zum Seminar buchen Sie einen Tag mit unserem Mental-Trainer. Nach Methoden, die im Hochleistungssport angewendet werden, findet dann die optimale Vorbereitung statt.

PROJEKT-OPTION

Das Seminar soll Ihnen helfen, ein wichtiges Projekt in Ihrem Unternehmen vorzubereiten. Sie nutzen die Option, um Projekte mit einem Start-Workshop in Gang zu setzen, moderiert duch unseren Dozenten/Berater.

INHOUSE-OPTION

Sie besuchen zuerst das Seminar. Und vertiefen danach das Wesentliche im Rahmen eines Inhouse-Seminartags mit dem Dozenten und Ihrem Team. So profitieren auch Ihre Mitarbeitenden oder Kollegen von aktuellem Managementwissen.

SMP CUSTOM PROGRAMS
EXECUTIVE COACHING & COACHING CIRCLE

EXECUTIVE COACHING

Executive Coaching ist die intensivste und effizienteste Form der persönlichen Weiterentwicklung. Ein 1:1 Setting mit Coach und Coachee.

Executive Coaching richtet sich an alle Führungskräfte, die in konzentrierter Form an konkreten Fragestellungen arbeiten und sich persönlich höchst effektiv weiterentwickeln wollen möglicherweise nach bereits erfolgtem Seminarbesuch.

Konzept

Als Führungskraft sind Sie permanent gefordert, den Erfolg des Unternehmens, in dem Sie tätig sind, zu steigern und das Unternehmen weiter zu bringen. Genauso haben Sie das Bedürfnis, sich selber ebenfalls permanent zu steigern und gezielt weiter zu entwickeln.

Executive Coaching bietet Ihnen die Möglichkeit, innert kürzester Zeit Antworten auf brennende unternehmerische Fragen zu erarbeiten, basierend auf neusten Erkenntnissen der St. Galler Forschung, umgesetzt von anerkannten Experten. Sie verfügen über einen adäquaten Gesprächspartner, ein «Sounding board» auf höchstem Niveau.

Ablauf

Sie besprechen Zielsetzung und Themenbereiche mit unserem Spezialisten, der auf Basis der definierten Parameter ein individuelles Coaching-Programm für Sie erstellt. In der Regel umfasst eine Coaching-Einheit einen halben Tag – physisch vor Ort oder auch remote online. Bei vor Ort Coachings können aus logistischen Gründen mehrere Einheiten kombiniert werden. Wichtig sind auch die Themen, die Sie zwischen den Modulen erarbeiten resp. umsetzen und mit Ihrem Experten im folgenden Modul wieder besprechen.

Der ganze Coaching Prozess steht immer im Zeichen der konsequenten persönlichen Zielerreichung. Ziele, Wissen, Persönlichkeit und Verhalten des Teilnehmers werden in Übereinstimmung gebracht.

Nutzen

Die Nachhaltigkeit des Executive Coaching Programms in Bezug auf die individuelle Leistungssteigerung ist unerreicht:

- Schnell erfolgswirksam
- Ein Maximum an Praxisnähe
- Langfristig wirksam
- Individuell und persönlich
- Lösungsorientiert
- Hoher langfristiger Nutzen für Unternehmen und Individuum

Coaching-Anfrage
Telefon: +41 71 244 55 55
E-Mail: cc@smp.ch

COACHING CIRCLE

Der Coaching Circle bietet die Lösung für die Dilemmas der Teambildung und der Weiterentwicklung.

Er dient dazu, Teams weiter nach vorne zu bringen, um die Erfolgstories von einem zum anderen weiterzugeben. Durch den Coaching Circle wird aber auch die Erreichung grösserer, individueller Erfolge entscheidend unterstützt. Ganz nebenbei entsteht dabei echte, individuelle Personalentwicklung «on the job» und eine Aufwertung der Mitarbeitenden als Wissensträger.

REFERENZLISTE SMP (AUSZUG)

Das SMP Management Programm St. Gallen ist seit Jahren zuverlässiger Partner führender Unternehmen im Bereich der Aus- und Weiterbildung von Führungskräften und des Management Developments:

ABB Schweiz AG
Schweiz
Actemium Schweiz AG
Schweiz
Audi AG
Deutschland
AVIS Autovermietung
Deutschland
Unicredit Bank Austria AG
Österreich
Beers N.V.
Niederlande
Bernard Krone Holding SE & Co. KG
Deutschland
BMW AG
Deutschland
Boehringer Ingelheim Pharma
Deutschland
Bristol-Myers Squibb
Grossbritannien
Bulthaupt GmbH & Co. KG
Deutschland
Calida Ungarn GmbH
Ungarn
Carcoustics
Deutschland
Clariant (Deutschland) GmbH
Deutschland
Coutts & Co.
Grossbritannien
Daimler AG
Deutschland
DATEV eG
Deutschland
DEKRA
Deutschland
Deutsche Bahn AG
Deutschland
Deutsche Telekom AG
Deutschland
Die Schweizerische Post
Schweiz
Dräger Medical GmbH
Deutschland
ENBW AG
Deutschland
Ernst & Young
Deutschland
Geberit Vertriebs GmbH
Deutschland
Georg Fischer – Licht Engineering AG
Schweiz
Greiner Holding AG
Österreich
Henkel
Deutschland
IBM
Deutschland
KPMG
Deutschland
Lahn-Dill Kliniken GmbH
Deutschland
Lufthansa Systems
Deutschland
Mercer Consulting
Deutschland
Microsoft
Deutschland
Minolta
Österreich
MTU Aero Engines AG
Deutschland
MVV-Energie AG
Deutschland
Nestlé
Schweiz
Novartis AG
Schweiz
Peugeot Deutschland GmbH
Deutschland
Pirelli Deutschland GmbH
Deutschland
Postbank AG
Deutschland
Ringier AG
Schweiz
RWE AG
Deutschland
Robert Bosch GmbH
Deutschland
SAP SE
Deutschland
SBB AG
Schweiz
Sefar Holding AG
Schweiz
SGB-SMIT Management GmbH
Deutschland
Shell International Gas Ltd.
Grossbritannien
SIEMENS
Deutschland
Sony Music
Deutschland
STABILO International GmbH
Deutschland
SV Sparkassen Versicherung
Deutschland
Swarovski
Liechtenstein
Swisscom AG
Schweiz
Tchibo GmbH
Deutschland
THIMM Verpackung GmbH & Co. KG
Deutschland
Thomas Cook AG
Deutschland
T-Systems
Deutschland
UBS AG
Schweiz
Vodafone
Deutschland
Volkswagen AG
Deutschland
ZDF Enterprises GmbH
Deutschland

ST. GALLEN ONLINE

ST. GALLEN EXPERIENCE – ONLINE
ST. GALLER MANAGEMENT WISSEN. LIVE UND ONLINE.

Mit St. Gallen Experience – online bieten wir praxisorientiertes St. Gallen Management-Wissen. Online und live. Vollkommen ortsunabhängig. Für Führungskräfte, die trotz knappen Zeitressourcen, unterstützt durch moderne Lerntechnologien, ihr Management-Wissen auffrischen, vertiefen oder erweitern wollen.

In den letzten Jahren hat sich die Arbeitswelt stark verändert. Aufgrund neuer Geschäftsmodelle und veränderten Ansprüchen der Mitarbeiter wurden Arbeitsmodelle immer flexibler bezüglich Zeit und Ort. Die Verschiebung von industrieller Tätigkeit hin zu vermehrter Wissensarbeit hat eine fast vollständige Lösung der Leistungserbringung vom Leistungsort ermöglicht. Auch wann eine Arbeit erbracht wird tritt, zunehmend in den Hintergrund gegenüber der reinen Zielerfüllung. Das schafft neue Möglichkeiten, aber auch neue Herausforderungen.

Wie die Arbeitswelt, verändert sich auch die Art der Wissensvermittlung. Wer gewohnt ist, seine Arbeitsleistung örtlich unabhängig zu erbringen, möchte möglicherweise auch seine Weiterbildung ortsungebunden absolvieren. Auch Einsparung von Reisekosten aufgrund von Kostendruck kann ein Thema sein, gerade bei international zusammengesetzten Teilnehmergruppen.

All diesen Anforderungen werden wir mit «St. Gallen Experience - online» gerecht. Mit «St. Gallen Experience - online» vermitteln wir die gewohnte St. Gallen Qualität - live, aber eben ortsunabhängig - online. Auch neue Themen wie Blockchain, remote Leadership und New Work fliessen in die Programme mit ein. Was im virtuellen Raum genauso erforderlich ist, wie im realen Seminarraum, ist die Präsenz – nicht physisch vor Ort, aber im virtuellen Seminarraum.

Die St. Gallen Experience bleibt live aber eben online. Mit einem ähnlichen Lernerlebnis, wie bei einer physischen Seminarteilnahme vor Ort in St. Gallen. Gearbeitet wird also live, mit viel Interaktion und Gedankenaustausch auf Basis der Erfahrungen der Teilnehmenden, ergänzt mit praktischen Transferaufgaben.

Die Teilnehmenden agieren im virtuellen Seminarraum wie im realen Seminar-Setting mit Blickkontakt zum Referenten und Austausch mit den anderen Teilnehmenden. Wissensinputs durch den Referenten werden ergänzte durch virtuelle Gruppenarbeiten, Chats, Q&A, Umfragen, Präsentationen u.a. Besondere technische Voraussetzungen oder auch eine technische Affinität seitens der Teilnehmenden sind nicht erforderlich. Der Zugang zu allen Programmen ist über stationäre oder auch über mobile Endgeräte möglich.

«3x4» COMPRESSED ST. GALLEN KNOWLEDGE

Kompaktes St. Gallen Wissen. Live-online mit 3 Sessions à 4 Stunden. Maximaler Erkenntnisgewinn in kürzester Zeit. Vollkommen ortsunabhängig.

«6x4» ONLINE SEMINARE UND ONLINE PROGRAMME

St. Gallen Seminare und Programme. Live-online mit 6 bis 18 Sessions à 4 Stunden. Ein umfassendes und vertiefendes Lernerlebnis mit viel Interaktion.

ONLINE PROGRAMME

St. Gallen Programme. Live-online mit 12 bis 18 Sessions à 4 Stunden. Ein umfassendes und vertiefendes Lernerlebnis mit viel Interaktion.

ST. GALLEN EXPERIENCE – ONLINE
ANGEBOTSÜBERSICHT (AUSZUG)

«3x4» COMPRESSED ST. GALLEN KNOWLEDGE

Strategisches Management

Inspirierendes live-online Seminar zum Thema Strategischen Managements in Zeiten von Volatilität, Unsicherheit und Komplexität. Die Teilnehmenden erleben die zentralen Themen und Steuerungsfaktoren strategischer Unternehmensführung im Rahmen eines ganzheitlichen „managing for success“ in kompakter und intensiver Form.

Gebühr: CHF 1’500 (zzgl. 8.1% MWST)

New Work

New Work ist zum Platzhalter für die Herausforderungen der Zukunft geworden. Digitalisierung, Umgestaltung der Arbeitswelt und Nachhaltigkeit – diese drei Begriffe stehen für den bevorstehenden Wandel. In drei inspirierenden online-live-Kursen vermitteln wir Ihnen einen kompakten New Work-Überblick.

Gebühr: CHF 1’500 (zzgl. 8.1% MWST)

«6x4» ST. GALLEN ONLINE SEMINARE

Executive Management Update

Erfahrung kann uns aber auch in die Irre führen. Nicht immer ist das, was in der Vergangenheit richtig war, auch zukunftstauglich. Gerade Führungskräfte mit Erfahrung sollten daher immer wieder einmal ihr eigenes Wissen und ihre eigenen Erfolgsglaubenssätze in Frage stellen. Dies ist das Ziel dieses live-online Executive Management Updates.

Gebühr: CHF 3’000 (zzgl. 8.1% MWST)

Finanzielle Steuerung verstehen

Dieses live-online Seminar vermittelt einerseits eine übersichtliche Auslegeordnung aller relevanten Steuerungssysteme aus der Welt der Unternehmensfinanzen und führt andererseits mit der dafür notwendigen Tiefe in die Analyse und Interpretation von Finanzkennzahlen und Reportings.

Gebühr: CHF 2’600 (zzgl. 8.1% MWST)

ONLINE PROGRAMME

Leadership & Change Programm

Veränderungen im Unternehmen erfolgreich umsetzen ist letztlich eine Führungsaufgabe. Menschen für neue Denkansätze begeistern, Ängste nehmen und auch für Unbekanntes motivieren, das ist die hohe Kunst der Führung in einer Veränderungssituation. 12 Sessions à 4 h für Führungskräfte, die mit Change Management Herausforderungen konfrontiert sind oder sich das Rüstzeug zum Thema aneignen wollen.

Gebühr: CHF 5’900 (zzgl. 8.1% MWST)

General Management Programm

In 18 interaktiven live-online Sessions verhilft dieses ganzheitliche Management-Programm Führungskräften, Spezialisten und Praktikern zu einer Gesamtperspektive der erfolgreichen Unternehmensführung.

Gebühr: CHF 6’900 (zzgl. 8.1% MWST)

INFORMATION UND BERATUNG

Detaillierte Angaben zu unserem gesamten Angebot finden Sie unter:

www.stgallen-experience-online.ch

Gerne erläutern wir Ihnen die Vorzüge unseres live-online Angebots und beraten Sie bei der Auswahl des für Sie optimalen Seminars.

Telefon +41 71 223 55 84
info@stgallen-experience-online.ch

ADMINISTRATION, ORGANISATION UND ANMELDUNG

Unser oberstes Ziel ist es, Ihnen aktuelles Management-Wissen in praxisnaher Form zu vermitteln. Inhalt und Ablauf der Seminare werden dabei so weit als möglich an die spezifischen Anforderungen der Teilnehmenden angepasst, um eine Umsetzung der Konzepte und Methoden in der eigenen Praxis zu begünstigen.

Unser Weiterbildungsangebot ist dazu in Module gegliedert, welche jeweils in sich geschlossen, zugleich aber themenspezifisch kombinierbar sind. Dadurch ist es möglich, auch umfassende Programme durch geeignete Kombination der Module sehr individuell an die Bedürfnisse unserer Kunden anzupassen.

Gerne erläutern wir Ihnen die Vorzüge dieses Konzeptes oder beraten Sie bei der Auswahl des für Sie optimalen Angebots.

Die nachfolgenden administrativen Hinweise ermöglichen Ihnen einen reibungslosen Ablauf Ihrer Anmeldung. Für weitere Auskünfte stehen wir Ihnen sehr gerne zur Verfügung

Bestätigung/Zertifikat

Nach Eingang Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen umgehend eine schriftliche Anmeldebestätigung sowie die Rechnung für die Seminar-/Studiengebühr zu.
Über den Besuch des Kurses erhalten Sie nach Abschluss des letzten Programmteils eine Teilnahmebescheinigung bzw. ein Zertifikat.

Seminar-/Studiengebühr/Euro/MWST

Die Seminar-/Studiengebühr beinhaltet das Kurshonorar (zzgl. 8.1% MWST) sowie umfassende Kursunterlagen. Bei Durchführung ausserhalb der Schweiz gelten die MWST-Sätze des entsprechenden Landes. Unterkunft und Verpflegung sowie Tagespauschale sind in der Studiengebühr nicht enthalten und müssen individuell vor Ort beglichen werden. Werden nur Teile eines Seminars besucht, so können die versäumten Seminartage nicht nachgeholt werden. Es besteht auch kein Anspruch auf Rückerstattung der Seminargebühr. Rechnungsstellung in Euro möglich.

Umbuchungen/Stornierung

Umbuchungen von einer Seminar- oder Diplomdurchführung auf eine andere sind nur einmalig bis 6 Wochen vor Seminarbeginn gegen eine Gebühr von CHF 400.– möglich. Stornierungen sind bis 3 Monate vor Seminarbeginn kostenlos. Bei Stornierungen zwischen 3 Monaten und 6 Wochen vor Seminarbeginn werden 40% der Seminar- resp. Diplomgebühr verrechnet. Die volle Seminar- resp. Diplomgebühr wird verrechnet, wenn die Abmeldung weniger als 30 Werktage vor Seminarbeginn erfolgt. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der SGMI Management Institut St. Gallen AG, die Sie im Internet unter www.smp.ch/agb finden.
Wir empfehlen, eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

Hotel

Seminare werden in der Regel in Hotels durchgeführt. Sie profitieren dabei von einer preisgünstigen Seminarpauschale. Es steht Ihnen selbstverständlich frei, eine andere Unterkunft zu wählen. In jedem Fall ist aber eine Tagespauschale direkt an das Hotel zu entrichten.
Mit der Anmeldebestätigung erhalten Sie detaillierte Hotelinformationen sowie ein Zimmerreservationsblatt, welches Sie bitte umgehend ausgefüllt an uns retournieren. Wir übernehmen dann in Ihrem Auftrag die Hotelreservation. Das Hotel stellt Ihnen dann bei Abreise individuell Rechnung.

ANMELDUNG

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung.

Bitte melden Sie sich per Anmeldeformular auf der entsprechenden Produktwebseite auf www.smp.ch an oder per E-Mail an seminare@smp.ch mit Angabe der entsprechenden Produktinformation. Besten Dank.

Anmeldungen werden in der Reihenfolge ihres Eintreffens berücksichtigt. Sollten für ein Seminar keine freien Plätze mehrverfügbar sein, so werden Sie unverzüglich darüber informiert. Ein teilweiser Besuch mehrteiliger Programme ist im Einzelfall nach individueller Abklärung möglich.

Kleinere Programmänderungen bleiben vorbehalten, sofern sie den Seminarerfolg begünstigen

SMP
Management Programm St. Gallen
Haggenpark, Oberstrasse 275
CH-9014 St. Gallen
Telefon +41 71 244 55 55
seminare@smp.ch
www.smp.ch

ST. GALLEN EXPERIENCE ONLINE

St. Gallen Experience – online

«3x4» Compressed St. Gallen Knowledge
«6x4» St. Gallen Online Seminare
Online Programme
Online Corporate Programs
Online Coaching

live

Mit St. Gallen Experience – online bieten wir praxisorientiertes St. Gallen Management-Wissen. Online und live. Vollkommen ortsunabhängig. Für Führungskräfte, die trotz knappen Zeitressourcen, unterstützt durch moderne Lerntechnologien, ihr Management-Wissen auffrischen, vertiefen oder erweitern wollen.

Mehr erfahren

“Wachstum ist ein Prozess schöpferischer Zerstörung.”

Joseph A. Schumpeter

SMP Management Programm St. Gallen

Telefon +41 71 244 55 55
seminare@smp.ch
www.smp.ch

MIX
Papier | Fördert gute Waldnutzung
FSC® C010264

klimaneutral gedruckt durch CO_2-Kompensation
klima-druck.de · ID-Nr. 23155205
VDM+