STRATEGIE UND IMPLEMENTIERUNG

Dauer: 2 × 4 Tage

Erfolgreiche Strategien schaffen Wettbewerbsvorteile – nachhaltigen Unternehmenserfolg sichern sie jedoch erst durch ihre konsequente Umsetzung.

Eine überzeugende Strategie zu entwickeln und präzise zu formulieren ist das eine – sie erfolgreich umzusetzen das andere. Die Hauptgründe für das Scheitern liegen meist nicht in der Qualität der Strategie, sondern im Beharrungsvermögen von Organisation, Strukturen und Unternehmenskultur sowie in einer unzureichenden Umsetzung.
Hinzu kommen heute neue Herausforderungen: Digitalisierung, Künstliche Intelligenz und sich rasch verändernde Märkte eröffnen neue strategische Chancen, erhöhen aber gleichzeitig die Anforderungen an Führung, Organisation und Implementierung.
Ein Strategieprojekt endet deshalb nicht mit der Formulierung einer Strategie, sondern erst dann, wenn deren Umsetzung und Zielerreichung nachhaltig sichergestellt sind. Dies setzt voraus, dass die verantwortlichen Führungskräfte nicht nur die Konzepte und Methoden des Strategischen Managements beherrschen, sondern auch verstehen, welche Auswirkungen neue strategische Stossrichtungen auf Mitarbeitende, Organisation und Geschäftsmodell haben und wie Veränderungsprozesse erfolgreich gestaltet werden.

TEILNEHMER/INNEN

- Geschäftsführer, Mitglieder der Geschäftsleitung sowie Führungskräfte der oberen Führungsebene, die über strategische Weichenstellungen entscheiden oder diese massgeblich mitgestalten.
- Bereichs- und Business Unit-Leiter-/innen, die Strategien entwickeln, beurteilen und deren Umsetzung verantworten.
- Führungskräfte und Fachexperten, die strategische Initiativen und Transformationsprojekte in ihrem Verantwortungsbereich erfolgreich umsetzen.
- Entscheidungsträger/innen, die ihre Kompetenz in Strategieentwicklung, Strategieumsetzung und strategischer Führung gezielt weiterentwickeln möchten.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 1

Erkenntnisse aus der Strategieforschung

- Was gute von schlechten Strategien unterscheidet.
- Wie richtige Strategien nachhaltige Wettbewerbsvorteile schaffen.
- Wie falsche strategische Entscheidungen die Lebensfähigkeit des Unternehmens gefährden.
- Zukunftsorientierte Strategien im Zeitalter von Künstlicher Intelligenz.

Der richtige Umgang mit Normstrategien

- Zwang zur Grösse oder bewusster Verzicht auf Marktanteilsstreben?
- Innovation als Überlebensnotwendigkeit oder bewusster Verzicht auf Innovationsführerschaft?
- Alles selbst beherrschen oder nur Weniges selbst tun?
- Kundenbedürfnisse befriedigen oder selbst Märkte schaffen?
- Produkte und Serviceleistungen verkaufen oder Kundenprobleme vollumfänglich lösen?

Der Prozess der Strategiefindung

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

Die richtige Position in Markt und Wettbewerb bestimmen

- Portfolio-Management: Marktattraktivität und Wettbewerbsposition als Bestimmungsfaktoren der strategischen Position.
- Marktentwicklungen, Trends, Diskontinuitäten und Verdrängungsprozesse erkennen.
- Marktchancen und Marktlücken aktiv suchen, finden und schaffen.
- Positionsveränderungen im Wettbewerb strategisch planen.

Strategie-Optionen entwickeln

Die Auswahl der richtigen Stossrichtung als zentrale Weichenstellung.
Welche strategischen Optionen führen in der konkreten Situation zum Erfolg, welche zu Misserfolg?

- Entwicklung und Bewertung strategischer Optionen.
- Künstlicher Intelligenz als Bestandteil der Strategieentwicklung.

Präzise Strategien formulieren

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

Erkenntnisse aus der Strategieforschung

Jede Strategie ist nur so gut wie ihre Umsetzung. Erst die Konkretisierung der Strategie in Ziele, Mittel und Massnahmen gibt Aufschluss über Realisierbarkeit und Erfolgsaussichten.

THEMENSCHWERPUNKTE TEIL 2

Lenkung

Wer die Gefahren einer erfolgreichen Strategieumsetzung kennt, weiss, wo steuernd anzusetzen ist. Meist braucht es einige ganz entscheidende Eingriffe in das System der Unternehmung, um Ziele auch zu erreichen. Basierend auf Erkenntnissen der Systemtheorie zeigen wir,

- wo anzusetzen ist, um gewollte Veränderungen durchzusetzen,
- wie durch eine Veränderung von Spielregeln das Denken und Handeln von Mitarbeitern in eine strategiekonforme Richtung gelenkt wird,
- wie strategische Anreize gezielt einzusetzen sind.

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

Systemgestaltung

- Neue Strukturen, neue Wertschöpfungs- und Geschäftsmodelle
- Neue Kernkompetenzen, digitale Fähigkeiten, neue Kultur, Prozesse sowie angepasste Informations- und Kommunikationssysteme.
- 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

Versuch - Irrtum mit Lerneffekt

Für die Umsetzung von Strategien gibt es kein Patentrezept. Was es braucht, ist die Bereitschaft, sich auf einen auf Erfolg ausgerichteten «Versuch - Irrtum-Prozess» einzulassen und die Lerneffekte zu nutzen. Mit der richtigen Dosis an Engagement und Unternehmertum gemischt, entsteht so jene Dynamik, die erfolgreiche Umsetzung braucht.

SEMINARDATEN

3366 Teil 1: 26.–29.10.2026, St. Gallen
Teil 2: 30.11.–03.12.2026, Brunnen

3317 Teil 1: 18.–21.01.2027, Lenzerheide
Teil 2: 05.–08.04.2027, Vitznau/Luzern

3327 Teil 1: 08.–11.03.2027, Vitznau/Luzern
Teil 2: 05.–08.04.2027, Vitznau/Luzern

3337 Teil 1: 07.–10.06.2027, Vitznau/Luzern
Teil 2: 20.–23.09.2027, Davos

3347 Teil 1: 23.–26.08.2027, St. Gallen
Teil 2: 20.–23.09.2027, Davos

3367 Teil 1: 25.–28.10.2027, St. Gallen
Teil 2: 29.11.–02.12.2027, Brunnen

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

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

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