

# GESCHÄFTSFÜHRER- UND CEO-PROGRAMM

Dauer: 2 × 4 Tage

14

**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

<b>1239</b>	Teil 1: 02.–05.09.2019 St. Gallen
	Teil 2: 25.–28.11.2019 St. Gallen
<b>1249</b>	Teil 1: 18.–21.11.2019 Luzern
	Teil 2: 25.–28.11.2019 St. Gallen
<b>1259</b>	Teil 1: 18.–21.11.2019 Luzern
	Teil 2: 30.03.–02.04.2020 St. Gallen
<b>1210</b>	Teil 1: 02.–05.03.2020 Flims
	Teil 2: 30.03.–02.04.2020 St. Gallen
<b>1220</b>	Teil 1: 02.–05.03.2020 Flims
	Teil 2: 21.–24.09.2020 Brunnen

### Seminargebühr

CHF 9900.–\* (zzgl. 7.7% MWST)

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

## SMP CUSTOM PROGRAMS

Alle Seminare sind als firmenspezifische  
Veranstaltung buchbar: Telefon +41 71 244 55 55