

ST. GALLER GENERAL MANAGEMENT PROGRAMM

Dauer: 2 × 4 Tage

10

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 UNTERNEHMENS- STEUERUNG 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

1139	Teil 1: 24.–27.06.2019 Luzern Teil 2: 11.–14.11.2019 Wildhaus
1149	Teil 1: 09.–12.09.2019 Luzern Teil 2: 11.–14.11.2019 Wildhaus
1159	Teil 1: 18.–21.11.2019 St. Gallen Teil 2: 16.–19.03.2020 Wildhaus
1110	Teil 1: 13.–16.01.2020 Luzern Teil 2: 16.–19.03.2020 Wildhaus
1120	Teil 1: 02.–05.03.2020 Luzern Teil 2: 15.–18.06.2020 Davos

Seminargebühr

CHF 8500.–* (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