



SGMI 
MANAGEMENT INSTITUT
ST. GALLEN



**Executive
Masterclass
St. Gallen**



Executive Masterclass St. Gallen

Unternehmensmanagement neu gedacht

Hochkarätiges Programm in 4 Teilen für Führungskräfte und Entscheidungsträger, die ihre strategischen Fähigkeiten erweitern und ihre Organisationen erfolgreich durch die Herausforderungen und Chancen der digitalen Ära und des unternehmerischen Wandels führen möchten. Speziell geeignet für C-Level, Geschäftsführer, Unternehmer, Geschäftsbereichsleiter, Unternehmensentwickler und Persönlichkeiten, die solche Positionen anstreben.

Konzept

Die rasante Entwicklung der digitalen Technologien hat eine tiefgreifende Veränderung in der Unternehmenslandschaft ausgelöst. Unternehmen stehen vor der Herausforderung, sich stetig anzupassen und zu innovieren. VUCA (volatility, uncertainty, complexity, ambiguity) und BANI (brittle, anxious, non-linear, incomprehensible) haben die Rahmenbedingungen unter denen heute Entscheidungen getroffen werden müssen zudem grundlegend verändert.

Strategisches Management, strategische Innovation, digitale Transformation und strategisches Marketing sind nicht mehr nur Schlagworte, sondern deren Verknüpfung eine essenzielle Komponente, um Geschäftserfolg nachhaltig zu sichern und als Unternehmen langfristig zu bestehen.

Die Executive Masterclass St. Gallen bietet die einzigartige Gelegenheit, hierzu aktuellstes und praxisorientiertes Management-Wissen aufzutanken, um die Zukunft des Unternehmens aktiv zu gestalten, neue Höhen des Erfolgs zu erreichen und die Herausforderungen der digitalen Ära zu meistern.

Themenschwerpunkte

Teil 1: Strategisches Management – die Kunst strategisch zu navigieren (4 Tage)

Strategisches Management ist das Fundament jeder erfolgreichen Organisation. Es beinhaltet die Evaluierung, Formulierung und Implementierung von Entscheidungen, die es einem Unternehmen ermöglichen, seine langfristigen Ziele zu erreichen. In einem sich ständig verändernden Umfeld müssen Führungskräfte Markttrends vorhersehen, Wettbewerbsstrategien entwickeln, Ressourcen effizient nutzen und eine Balance zwischen kurzfristiger Flexibilität und langfristiger Stabilität finden.

- ▶ Ein Business im digitalen Umfeld strategisch führen
- ▶ Die Verantwortung für Resultate
- ▶ Das St. Galler Modell als Navigationsinstrument
- ▶ Ausgangslage, Vorgaben und Weichenstellungen
- ▶ Chancen und Gefahren erkennen
- ▶ Die Marktposition der Zukunft
- ▶ Strategien formulieren
- ▶ Strategische Konzepte umsetzen

Teil 2: Strategische Innovation – der Schlüssel zur Wettbewerbsfähigkeit (3 Tage)

Strategische Innovation geht über die bloße Verbesserung bestehender Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse hinaus. Sie erfordert ein tiefes Verständnis der Marktbedürfnisse und die Fähigkeit, disruptive Ideen zu entwickeln, die das Potenzial haben, ganze Branchen zu verändern. Innovative Unternehmen investieren kontinuierlich in Forschung und Entwicklung und in eine Unternehmenskultur, die Risikobereitschaft unterstützt und die Kreativität und Innovationskraft von Teams fördert.

- ▶ Fähigkeiten für kontinuierliche strategische Erneuerung
- ▶ Framework für strategische Innovation
- ▶ Trends und Zukunftsszenarien
- ▶ Entwicklung einer klaren Innovationsstrategie
- ▶ Systematische Prozesse und Methoden zur Entwicklung innovativer Massnahmen
- ▶ Aufbau eines zielgerichteten Bewertungsframeworks
- ▶ Strategische Innovation und Struktur
- ▶ Schaffung einer Unternehmenskultur, die Kreativität und Experimentierfreudigkeit fördert
- ▶ Open Innovation und Kooperationen
- ▶ Die Integration von Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung in den Innovationsprozess
- ▶ Steuerung und Governance



Teil 3: Digital Business Transformation – der Wandel als Chance (4 Tage)

Die digitale Transformation ist mehr als nur der Einsatz neuer Technologien. Sie erfordert einen grundlegenden Wandel in der Art und Weise, wie Unternehmen arbeiten, führen und Wert schaffen.

- ▶ Treibende Kräfte und Trends der digitalen Transformation
- ▶ Strategie und Führung
- ▶ Digitale Geschäftsmodelle
- ▶ Kundenorientierung und Experience-Design
- ▶ Auswirkung von neuen Technologien auf Produkte und Dienstleistungen
- ▶ Integration digitaler Lösungen ins eigene Leistungsportfolio
- ▶ Künstliche Intelligenz (KI), Machine Learning, Deep Learning
- ▶ Agile Methoden und Unternehmenskultur
- ▶ Change-Management und Widerstand gegen Veränderung
- ▶ Messung des Erfolgs und kontinuierliche Verbesserung

Teil 4: Strategisches Marketing im digitalen Zeitalter – der Kunde im Fokus (3 Tage)

Marketing hat sich durch die Digitalisierung radikal verändert. Die Verfügbarkeit großer Datenmengen und fortschrittlicher Analysetools ermöglicht es Unternehmen, ihre Zielgruppen präziser zu verstehen und personalisierte Marketingstrategien zu entwickeln. Social Media, Suchmaschinenoptimierung und Content Marketing sind nur einige der Werkzeuge, die moderne Marketer nutzen, um ihre Botschaften zu verbreiten und Kunden zu binden. Dies erfordert ein tiefes Verständnis der digitalen Landschaft und die Fähigkeit, schnell auf Veränderungen zu agieren.

- ▶ Disruptives Marketing und digitale Transformation
- ▶ Entwicklung von 1.0 hin zu 5.0 Marketing
- ▶ Neuromarketing und Konsumentenverhalten
- ▶ Customer Journey, Kundenanalyse und Kundenbindung
- ▶ Die Kraft der Marke in den Online Kanälen
- ▶ Virales und Open Source Marketing
- ▶ Social Media Marketing
- ▶ Content Marketing und Storytelling
- ▶ Data Analytics und KI im Marketing
- ▶ Performance-Messung und ROI-Optimierung



Teilnehmerstimmen

«Ich nehme sehr viele Eindrücke und praxisnahe Beispiele mit, die ich in meiner jetzigen Position sehr gut anwenden kann. Ein Lob an die Dozenten.»

«Es war ein tolles Programm, in welchem es den Dozenten gelungen ist, mich zum Denken und Reflektieren anzuregen. Vielen Dank dafür!»

«Das Seminar hat mir in meiner beruflichen Situation extrem gut geholfen. Die wertvollen theoretischen Inhalte sind verpackt in tolle Praxisbeispiele und sehr gute Präsentationsskills der Dozenten.»

«Ich bin begeistert und motiviert und fühle mich gewappnet für die Umsetzung im Business.»

«Aktuelles Wissen hochprofessionell und digital aufbereitet sowie durch hochkompetente Referenten, die ihr Geschäft verstehen, hervorragend vorgetragen. Das Programme stellt eine enorme Wissenserweiterung und Inspiration für meine neue Rolle als Business Unit Leiter dar.»

«Das Seminar vermittelt wichtige theoretische Ansätze mit tollen Anwendungsbeispielen aus der Praxis. Die Dozenten nehmen die Teilnehmenden mit auf eine intensive und spannende Reise.»

Seminardaten (14 Tage in 4 Teilen)

Sem.-Nr.	Ort	Datum
16125	1. Teil St. Gallen	20. - 23.01.2025
	2. Teil Wildhaus	31.03. - 02.04.2025
	3. Teil Horn/St. Gallen	05. - 08.05.2025
	4. Teil Wildhaus	19. - 21.05.2025
16225	1. Teil Luzern	17. - 20.03.2025
	2. Teil Wildhaus	31.03. - 02.04.2025
	3. Teil Horn/St. Gallen	05. - 08.05.2025
	4. Teil Wildhaus	19. - 21.05.2025
16325	1. Teil Horn/St. Gallen	19. - 22.05.2025
	2. Teil St. Gallen	20. - 22.10.2025
	3. Teil Luzern	03. - 06.11.2025
	4. Teil St. Gallen	10. - 12.11.2025
16425	1. Teil St. Gallen	25. - 28.08.2025
	2. Teil St. Gallen	20. - 22.10.2025
	3. Teil Luzern	03. - 06.11.2025
	4. Teil St. Gallen	10. - 12.11.2025

Seminargebühr*: CHF 16 900.– (zzgl. 8.1% MWST)

Detailinformationen, Anmeldung via Internet: www.sgmi.ch/gme20

*Rechnungsstellung in EUR zum aktuellen Tageskurs möglich



Administration und Organisation

Information und Beratung

Gerne stehen wir Ihnen für nähere Informationen zu den einzelnen Seminaren, Lehrgängen, Diplomen oder für die telefonische Beratung zur Auswahl des für Sie geeigneten Weiterbildungs-Bausteins zur Verfügung.

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Anmeldung

Bitte füllen Sie beiliegende Anmeldekarte aus, und senden Sie diese an uns.

SGMI Management Institut St.Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St. Gallen

E-Mail seminare@sgmi.ch

Nach Erhalt Ihrer Anmeldung senden wir Ihnen:

- ▶ die Bestätigung Ihrer Anmeldung mit Rechnung
- ▶ Informationen zu Ablauf, Hotel und Anreise
- ▶ das Zimmerreservationsblatt für Ihre Hotelbuchung

Sollte das Seminar bereits ausgebucht oder eine Zulassung zu einem Diplom nicht möglich sein, werden Sie unverzüglich davon unterrichtet. Kleinere Programmänderungen und Referentenumstellungen bleiben vorbehalten.

Seminargebühr, Diplomgebühr, Euro

Die Seminargebühr beinhaltet die Kosten für das Seminar und die Seminarunterlagen. In der Diplomgebühr inbegriffen sind die Kosten für Seminare, Workshops und den Diplomteil (alle Seminar- und Diplomgebühren zzgl. 8.1% MWST). Nicht enthalten sind sämtliche Hotelleistungen wie Übernachtung und Verpflegung, die vom Teilnehmer direkt dem Hotel zu bezahlen sind. Mehrteilige Seminare können nur als Ganzes gebucht werden. Versäumte Seminartage oder Seminarteile können nicht nachgeholt werden.

den. Die Seminar-, Diplomgebühr kann in Schweizer Franken oder in Euro zum jeweiligen Tageskurs bezahlt werden.

Umbuchung, 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.

Wir empfehlen, eine Annullationsversicherung bei Ihrer Versicherungsgesellschaft abzuschliessen, die Stornokosten wegen Krankheit und anderer Ereignisse abdeckt.

Hotel

Unsere Seminarhotels bieten unseren Seminarteilnehmern preisgünstige Seminarpauschalen an. Die Zimmerreservation übernimmt das SGMI Management Institut St. Gallen aufgrund Ihres retournierten Zimmerreservationsblattes. Wir bitten Sie, das Zimmerreservationsblatt auszufüllen und an seminare@sgmi.ch zu senden. Das Hotel stellt jedem Teilnehmer individuell Rechnung, die Bezahlung der Rechnung erfolgt durch den Teilnehmer direkt beim Auschecken am letzten Seminartag. Die vollständigen «Allgemeinen Geschäftsbedingungen» können im Internet unter www.sgmi.ch/agb entnommen werden.

Anreise zum Seminarort

Angaben zu Hotel und Anreise erhalten Sie mit der Anmeldebestätigung.

Anmeldekarten

Wir freuen uns auf Ihre Anmeldung. Bitte senden Sie uns den Anmeldealon per Post, Fax oder E-Mail.

SGMI Management Institut

St. Gallen

Bogenstrasse 7

CH-9000 St. Gallen

Telefon +41 (0)71 223 50 30

Telefax +41 (0)71 223 50 32

Internet www.sgmi.ch

E-Mail seminare@sgmi.ch

Wir melden uns für folgende Seminare/Programme an:

Nummer/Datum Name Vorname

Firma

Adresse/PLZ/Ort



Telefon

E-Mail

Branche

Funktion

Datum

Unterschrift