

Next-Level Leadership – Führung in einer Wirtschaft im Umbruch

Prof. Dr. Wolfgang Jenewein

Direktor | Institut für Customer Insight; Direktor Executive MBA | Universität St.Gallen

Seminarinhalt

In diesem Seminar werden aktuelle Veränderungen und Entwicklungen im Bereich Führung aufgezeigt und diskutiert. Welche Auswirkungen hat eine volatile, unsichere, komplexe und mehrdeutige Welt auf die Führung und die Zusammenarbeit im Unternehmen? Wie müssen Organisationen geführt werden, damit sie ihr Geschäft im Zeitalter der Digitalisierung transformieren können? Die Prinzipien einer transformationalen und unternehmerisch geprägten Führung werden vorgestellt und mit etablierten, traditionellen Führungskonzepten verglichen. Diese Konzepte werden auf praktische Beispiele angewandt.

Die Teilnehmenden werden intensiv über die adäquate Art von Führung im digitalen Zeitalter diskutieren und zudem Ihr eigenes Leadership-Verhalten reflektieren und mit Hilfe von Evaluationen und Übungen weiterentwickeln.

Das Seminar wird von Prof. Dr. Wolfgang Jenewein von der Universität St. Gallen geleitet. Der 46-Jährige berät und coacht Großkonzerne auf Vorstandsebene und hat unter anderem mit der deutschen Fussballnationalmannschaft, dem Alinghi Segelteam sowie verschiedenen Vereinen der Fussball-Bundesliga zusammen gearbeitet.

Methode und Ziele

- Diskussion von aktuellen und künftigen Führungsthemen
- Verstehen, dass kein Patentrezept für die richtige Führung von Mitarbeitenden existiert
- Lernen von High Performance-Teams in Organisationen
- Kennenlernen von „State-of-the-Art Leadership-Prinzipien“ und von aktuellen Forschungsergebnissen
- Erkennen der Vorteile und Schlüssel-Erfolgsfaktoren einer transformationalen und unternehmerisch geprägten Führung
- Entwicklung eines Bewusstseins für Ihre Rolle als Führungsperson, Ihre Führungsmethodik und Ihre Beziehung zum Team
- Entwurf einer neuen Führungsvision und Erarbeitung konkreter Führungsmassnahmen
- Austausch von Erfahrungen mit anderen Teilnehmern

From Customer Insight to Business Transformation

Das Modell der konvergenten Marktbearbeitung

Prof. Dr. Torsten Tomczak

Direktor | Institut Customer Insight | Universität St.Gallen

Seminarinhalt

Unter einem Customer Insight wird einzigartiges und neues Wissen über das Kaufentscheidungs-, Konsum- und Kommunikationsverhalten von Kunden verstanden. Die Fähigkeit, permanent neue Customer Insights zu generieren und zu nutzen, stellt die notwendige Basis für eine erfolgreiche Marktbearbeitung dar. Trotz aller Unwägbarkeiten in den heutigen Märkten lässt sich eines mit Gewissheit sagen: Den Wettbewerb der Zukunft werden diejenigen Unternehmen gewinnen, die absolute Exzellenz in der Markenführung mit enormer Flexibilität in der Marktbearbeitung verbinden. Dies gilt in B-to-B- wie in B-to-C-Märkten.

Im Seminar werden zum einen neueste Ansätze zur Entdeckung von Customer Insights vorgestellt und diskutiert. Zum anderen werden die aktuellsten Entwicklungen in der Marktbearbeitung evaluiert und im Modell der konvergenten Marktbearbeitung zusammengeführt.

Methode und Ziele

- Diskussion von aktuellen Methoden zur Generierung von Customer Insights
- Verständnis entwickeln für die Bedeutung des „Outlier-Customers“ und der „Beta-Testing-Philosophie“ für die Entdeckung von Customer Insights
- Evaluation von aktuellen Entwicklungen in der Marktbearbeitung (u.a. Nutzung von Big Data, vertikale Integration, Real-Time-Marketing, Social Branding, Behavioral Branding)
- Das Modell der konvergenten Marktbearbeitung kennen, verstehen und anwenden lernen
- Verständnis entwickeln für die Herausforderungen bei der Implementierung des Modells der konvergenten Marktbearbeitung
- Beispiele erfolgreicher innovativer Marktbearbeitungsansätze kennenlernen und Diskussion der Erfolgsfaktoren

The Business Model Navigator: The Power of Recombining

Prof. Dr. Karolin Frankenberger

Professorin | Institut für Technologiemanagement | Universität St.Gallen

Seminarinhalt

Warum verlieren Unternehmen, die lange Jahre für ihre exzellenten innovativen Produkte und Prozesse bekannt waren, plötzlich ihren Wettbewerbsvorteil? Industrielegenden wie AEG, Grundig, Brockhaus, Nokia, Kodak, Quelle oder Schlecker verschwinden nach Jahrzehnten des Erfolgs in kürzester Zeit von der Bildfläche. Was haben diese Firmen falsch gemacht? Die Antwort ist einfach und schmerzhaft: Sie haben es versäumt, ihr Geschäftsmodell an sich ändernde Umweltbedingungen anzupassen.

Die Fähigkeit innovative Geschäftsmodelle entwickeln zu können, stellt im heutigen Zeitalter eine Kernvoraussetzung für die langfristige Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen dar. In diesem Seminar lernen Sie mit dem St. Galler Business Model Navigator eine Methodik kennen, mit der Sie ihr eigenes Geschäftsmodell auf eine strukturierte Weise immer wieder innovieren können.

Das Seminar wird von Karolin Frankenberger, Professorin an der Universität St.Gallen und Koautorin des Bestsellers “The Business Model Navigator: The Power of Recombining”, geleitet.

Methode und Ziele

- Diskussion von aktuellen Geschäftsmodellinnovationen (z.B. Uber)
- Verständnis entwickeln für die Bedeutung von Geschäftsmodellinnovation für die eigene Industrie
- Grundlegende Ansätze für Geschäftsmodellinnovation kennenlernen
- Den Ansatz und die Methodik des St. Galler Business Model Navigators kennenlernen und verstehen
- Den St.Galler Business Model Navigator mit dem Konfrontationsprinzip für ausgewählte Unternehmen anwenden
- Verständnis entwickeln für die Herausforderungen bei der Implementierung neuer Geschäftsmodelle
- Beispiele erfolgreicher Geschäftsmodellveränderungen kennenlernen und Diskussion der Erfolgsfaktoren